CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC • NUMÉRO 120 • 1re SESSION • 42e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 25 septembre 2018

Présidente

Mme Julie Dabrusin

Comité permanent du patrimoine canadien

Le mardi 25 septembre 2018

● (1100)

[*Traduction*]

La présidente (Mme Julie Dabrusin (Toronto—Danforth, Lib.)): Je vous souhaite à tous la bienvenue à cette 120e réunion du Comité permanent du patrimoine canadien.

Nous poursuivons aujourd'hui notre étude sur les modèles de rémunération pour les artistes et les créateurs.

Pour la première heure de la séance, nous recevons les représentantes de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, Nathalie Dorval et Susan Wheeler. Nous recevons également les représentants de la Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image, Ari Posner et Paul Novotny.

Nous pourrions y aller dans l'ordre et commencer par l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Allez-y, mesdames.

[*Français*]

Mme Nathalie Dorval (présidente, Conseil d'administration, Association canadienne des radiodiffuseurs): Mesdames et messieurs, au nom de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, nous souhaitons vous remercier de l'occasion qui nous est offerte de comparaître devant vous aujourd'hui sur des questions relatives au droit d'auteur, y compris la rémunération des créateurs de contenu. Ces questions sont au coeur de nos activités.

[*Traduction*]

La radio locale canadienne demeure une source importante de divertissement, ainsi qu'une source critique d'actualités et d'information pour les Canadiens et les Canadiennes, tant dans les grands centres urbains présentant une grande diversité ethnique que dans les zones rurales, les régions éloignées et les communautés des Premières Nations. Elle transmet nos récits et notre musique aux Canadiens et Canadiennes, jeunes ou moins jeunes, dans leur voiture, sur leur téléphone, en ligne ou tout simplement à la maison. Qu'il s'agisse de messages d'alerte ou de nouvelles locales diffusés en diverses langues, la radio relie les communautés entre elles. De fait, la radio constitue l'une des seules sources de nouvelles locales et d'information culturelle dans les communautés rurales et éloignées du Canada, puisque bon nombre de ces dernières ont déjà subi les effets des fermetures de journaux locaux et de stations locales de télévision.

La radio joue également un rôle clé dans le maintien d'un écosystème vigoureux pour la musique canadienne. La radio privée est non seulement la première source pour la découverte de la musique canadienne, elle est aussi la première source de financement pour la préparation, la promotion et l'exportation de talents musicaux canadiens. L'année dernière seulement, la radio privée a contribué au financement du développement de contenu canadien pour une part de 47 millions de dollars, dont la plus grande partie a été affectée aux quatre principales agences nationales de financement de la musique, à savoir FACTOR, Musicaction, Radio Starmaker Fund et le Fonds RadioStar. Ces agences fournissent aux maisons de disques et aux artistes canadiens un soutien critique aux fins de la création, de la promotion et de l'exportation de leur musique à l'échelle internationale et dans l'ensemble de notre vaste pays.

[*Français*]

Nous sommes fiers du rôle important joué par les radiodiffuseurs qui ont largement contribué à créer une communauté vibrante d'artistes canadiens de la musique, qui jouissent aujourd'hui de succès retentissants et reconnus internationalement.

Nous sommes aussi très fiers du système de vedettariat que nous avons créé dans les communautés que nous desservons. Ce succès a été rendu possible grâce aux investissements constants dans les talents locaux ainsi qu'au contenu que ces créateurs produisent au quotidien et que les auditeurs apprécient. Nous croyons que nos investissements continus dans les talents locaux constituent un élément important de différenciation et qu'ils jouent un rôle clé permettant d'attirer des auditoires locaux dans un contexte médiatique des plus diversifiés où nous livrons concurrence à une foule d'entreprises, réglementées et non réglementées.

● (1105)

[*Traduction*]

Nous savons que le Comité a pour mandat d'examiner tous les aspects de la Loi sur le droit d'auteur qui peuvent avoir une incidence sur la rémunération des artistes. Dans ce contexte, nous voudrions souligner que le secteur de la musique est un vaste écosystème dans lequel évoluent les artistes qui créent la musique, les maisons de disques qui la commercialisent et la vendent, ainsi que la radio, qui joue un rôle très particulier en en faisant la promotion. Il est crucial que le gouvernement se montre très prudent avant de toucher à cet écosystème.

Il est tout aussi essentiel qu'on établisse une distinction entre la rémunération des artistes et celle des maisons de disques multinationales appartenant principalement à des intérêts américains, qui comparaissent devant vous en prétendant représenter les artistes. De fait, il a été très encourageant d'entendre la semaine dernière un artiste aussi connu que Bryan Adams s'adresser à vous et vous présenter clairement le point de vue des artistes. Les propositions qu'il a formulées démontrent la distinction des points de vue entre les artistes et les maisons de disques.

[*Français*]

Nous croyons que la Loi sur le droit d'auteur, dans sa forme actuelle, établit un juste équilibre entre la nécessité, d'une part, de veiller à ce que les artistes soient rémunérés pour leur travail et, d'autre part, que la radio locale bénéficie d'un régime de droits d'auteur raisonnable et prévisible qui tienne compte de son investissement continu dans les communautés et les artistes musiciens locaux.

Or, l'article 68.1 de la Loi fournit un soutien important aux stations de radio locales, et il prévoit que les radiodiffuseurs doivent verser des redevances pour les droits voisins de 100 $ sur la première tranche de leurs recettes ne dépassant pas 1,25 million de dollars, puis un tarif plus élevé établi par la Commission du droit d'auteur sur les tranches de revenus additionnels. Bien que la structure des redevances de droits voisins soit assujettie à cette mesure spéciale, tel que le Parlement l'entendait en 1998, l'industrie de la musique reçoit chaque année plus de 91 millions de dollars en droits d'auteur de la radio privée.

Si le Parlement accepte de modifier la Loi sur le droit d'auteur par la suppression de cette mesure, ce sont les maisons de disques multinationales qui la proposent qui en seront les premiers bénéficiaires. Selon le régime existant, les redevances de droits voisins sont partagées à parts égales entre les artistes interprètes et les maisons de disques. La répartition des fonds au-delà de ce point n'est pas claire et devrait faire l'objet de discussions supplémentaires avant que l'on envisage d'apporter des modifications à la Loi.

[*Traduction*]

À notre connaissance, après avoir consulté des informations publiques, Ré:Sonne, la société de gestion collective du droit d'auteur qui est chargée de distribuer les redevances de droits voisins, prélève sur ceux-ci des frais administratifs de 14 % avant que quiconque reçoive quoi que ce soit, et l'industrie de la musique dissimule habilement où vont les sommes restantes.

À titre d'exemple, sur le marché anglophone, en fonction du répertoire joué à la radio, nous estimons que les artistes-interprètes internationaux et les artistes-interprètes canadiens touchent 15 % et 28 %, respectivement, de la part revenant à l'artiste-interprète, après déduction des frais administratifs. Pour ce qui est de la part revenant à la maison de disques, les maisons de disques internationales en reçoivent une part généreuse de 41 %, et les maisons de disques canadiennes, environ 2 % seulement. Comme ces chiffres l'indiquent, ce sont les maisons de disques internationales qui bénéficieraient en premier lieu des modifications qui sont proposées à l'article 68.1 et ce, au détriment des entreprises locales canadiennes.

Les maisons de disques multinationales vous demandent également de modifier la définition d'« enregistrement sonore » énoncée dans la Loi pour soutirer des télédiffuseurs des paiements de redevances supplémentaires. En fait, les maisons de disques tentent d'obtenir des paiements supplémentaires des télédiffuseurs, des distributeurs et des plateformes numériques pour l'utilisation de musique dans une émission télévisuelle à l'égard de laquelle les producteurs de l'émission ont d'ores et déjà versé des redevances. En termes clairs, elles nous demandent de payer deux fois le même produit, ce qui correspond à une double rétribution.

● (1110)

[*Français*]

La définition actuelle d'« enregistrement sonore » a été rédigée avec soin en fonction des réalités contractuelles dans le secteur de la production audiovisuelle, comme l'a confirmé la Cour suprême du Canada dans un arrêt rendu en 2012.

Toute proposition visant l'imposition de nouveaux frais aux télédiffuseurs traditionnels ou au secteur numérique devrait être rejetée, car elle réduirait la capacité des télédiffuseurs canadiens d'investir dans des productions canadiennes par suite du transfert de plus de 50 millions de dollars à des sociétés appartenant à des étrangers.

[*Traduction*]

L'Association canadienne des radiodiffuseurs prie respectueusement les distingués membres du Comité de rejeter toute modification proposée à la Loi sur le droit d'auteur qui nuirait au secteur canadien de la radiodiffusion et mettrait en péril le service important que les radiodiffuseurs locaux fournissent aux Canadiens et aux Canadiennes. Nous tenons à souligner à nouveau que la Loi actuelle établit un juste équilibre entre les titulaires de droits et les radiodiffuseurs locaux et que les propositions que met de l'avant l'industrie de la musique risquent d'opérer au détriment de la programmation locale et des services essentiels et précieux que nous fournissons aux Canadiens et aux Canadiennes.

Merci.

La présidente: Merci.

Nous passons maintenant aux représentants de la Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image. Allez-y, messieurs.

M. Paul Novotny (compositeur de musique à l'image, Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image): Mesdames et messieurs les membres du Comité, bonjour.

Je m'appelle Paul Novotny et voici mon collègue, Ari Posner. Nous représentons la Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image, la GCCMI.

La GCCMI est l'association commerciale professionnelle à but non lucratif de l'industrie. Nous représentons les intérêts de nos membres dans le cadre des communications avec les producteurs, les diffuseurs et les organismes gouvernementaux.

La GCCMI a été fondée en 1980 et, depuis 2003, est autorisée en vertu de la Loi sur le statut de l'artiste. Les compositeurs de musique à l'image créent des musiques originales pour les films, la télévision et les documentaires, qui sont exportées partout dans le monde.

Contrairement à Bryan Adams, vous ne connaissiez peut-être pas nos noms avant aujourd'hui, mais vous connaissez peut-être bien notre travail. J'inviterais Ari à vous parler un peu de son travail.

M. Ari Posner (compositeur de musique à l'image, Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image): Merci, Paul.

Je vais vous donner des exemples d'émissions sur lesquelles j'ai travaillé. J'espère que vous en reconnaîtrez quelques-unes.

Les gens me connaissent notamment pour une émission de radio qui s'intitule *Under the Influence*, animée par Terry O'Reilly. Il en est à sa 13e saison et je suis chanceux parce qu'à la fin de chaque émission, il dit: « La musique est composée par Ari Posner. » C'est de là que me connaissent la plupart des gens.

L'ironie, c'est que je gagne surtout ma vie en composant la musique d'émissions de télévision et de films. Il y a quelques années, en 2010 et 2011, mon collègue et moi avons composé à Toronto la musique de l'émission *Flashpoint*, qui a connu un franc succès au Canada. Elle a été une émission phare pour le Canada, parce qu'elle nous a permis de songer à exporter notre contenu vers les plus grands réseaux des États-Unis. *Flashpoint* a aussi été une émission phare pour ma carrière, cela ne fait aucun doute.

À l'heure actuelle, je travaille avec le même collaborateur à Toronto. Nous composons la musique de l'émission *Anne*, une version renouvelée du roman *Anne... la maison aux pignons verts*, de Lucy Maud Montgomery. La deuxième saison d'*Anne* a été lancée dimanche dernier à CBC. Nous avons déjà eu le feu vert pour une troisième saison et — plus important encore étant donné le sujet abordé aujourd'hui — l'émission est diffusée dans 190 pays du monde, sur la plateforme Netflix.

M. Paul Novotny: Parmi les émissions auxquelles j'ai travaillé pendant ma carrière, il y a notamment *The Hour*, avec George Stroumboulopoulos. J'ai composé la musique de cette émission, et aussi celle de *CBC News Now* et *The National*, à CBC. Lors des attaques du 11 septembre 2001, il y a 17 ans, c'est ma musique qui accompagnait les images de cet horrible incident à la CBC.

J'aimerais vous parler de la place unique qu'occupent les compositeurs de musique à l'image dans l'écosystème de production.

Premièrement, les compositeurs de musique à l'image sont les premiers détenteurs de leurs droits d'auteur. Tout comme les scénaristes, les compositeurs de musique à l'image sont reconnus à titre de créateurs clés, ce qui représente une distinction importante pour nous. À l'heure actuelle, notre politique en matière de droit d'auteur sépare la propriété en deux types de redevances. Nous recevons des redevances pour l'exécution publique et des redevances pour la reproduction. Ces droits des compositeurs de musique s'ajoutent à divers droits d'auteur pour les productions cinématographiques qui forment une seule et même propriété médiatique.

Lorsque notre musique est intégrée à une production cinématographique, celle-ci est ensuite distribuée et génère des redevances par copie, qui proviennent des ventes de publicité déclarées par les diffuseurs. Notre taux de rémunération est établi par la politique sur le droit d'auteur, et non par nous. La SOCAN est notre agent; elle perçoit nos droits d'exécution publique et nos droits de reproduction à l'échelle internationale. C'est le modèle du XX^{e} siècle des compositeurs de musique à l'image en ce qui a trait au droit d'auteur.

Vous vous demandez peut-être comment nous recevons de l'argent pour la publicité. Les droits d'exécution publique et de reproduction sont calculés selon un pourcentage des ventes de publicité trimestrielles du diffuseur. Voyons comment cela fonctionne au XXI^{e} siècle.

Ari, pouvez-vous nous expliquer la situation avec la série *Anne*?

● (1115)

M. Ari Posner: Comme je l'ai dit plus tôt, *Anne* est un très bon exemple des défis auxquels les membres de notre industrie sont confrontés, parce que le modèle ne fonctionne pas comme il le devrait. Le droit d'auteur ne fonctionne pas. Je vais vous donner des chiffres précis. Selon Netflix, *Anne* est la quatrième émission la plus regardée en rafale en 2017. C'est une statistique importante. Cela signifie que des millions de personnes de partout dans le monde aiment l'émission et la regardent rapidement... en rafale. Donc, ils téléchargent, téléchargent, téléchargent et regardent.

Oui, l'émission est diffusée à CBC et je reçois des redevances de diffusion pour cela, mais c'est le seul endroit où l'émission est diffusée par voie terrestre. Partout ailleurs, les gens la regardent sur Netflix.

Je peux vous dire que j'ai constaté une énorme baisse de revenus pour cette propriété; je dirais que c'est près de 95 %. Si l'émission était diffusée par voie terrestre dans toutes ces régions du monde, la différence serait énorme. La SOCAN, qui représente les gens comme moi, n'a aucun moyen d'ouvrir les portes de Netflix. L'entreprise ne lui donne pas les données dont elle a besoin pour compiler le nombre de visionnements afin de créer un modèle de rémunération approprié.

Paul a vécu une situation similaire avec YouTube. Il va vous en parler.

M. Paul Novotny: Oui. J'ai écrit la musique du film de la jeune réalisatrice Cleo Tellier, *Mishka*, qui aborde le sujet de la grossesse à l'adolescence. Son film a été publié sur YouTube le 22 avril 2018 et a été vu plus de 20 millions de fois depuis. Il génère 3 000 $ par mois de redevances publicitaires, mais en vertu du droit d'auteur, je ne reçois aucune redevance pour l'exécution publique et la reproduction de l'oeuvre. J'en ai parlé à la SOCAN et elle ne peut même pas me dire si j'obtiendrai une rémunération proportionnelle.

Ari et moi sommes ici pour vous raconter nos histoires, mais aussi pour vous demander, au nom de tous les compositeurs de musique à l'image, ce qui s'est passé avec les redevances pour l'exécution publique et la reproduction au XXI^{e} siècle. Ce que nous vous disons, aujourd'hui, c'est qu'elles sont minimes ou inexistantes, parce que l'argent sert maintenant aux abonnements.

Que pouvons-nous faire, alors? Nous ne sommes pas là seulement pour nous plaindre. Nous voulons amener des idées. Selon le vieil adage de l'entreprise, nous proposons que la politique du droit d'auteur suive la piste de l'argent. La politique de rémunération du droit d'auteur doit être élargie afin de comprendre l'argent provenant des services d'abonnement.

Nous avons une idée. Nous proposons de mettre en place un nouveau régime du droit d'auteur pour les abonnements, qui s'inspire de celui associé aux supports vides. Nous l'avons appelé le modèle du droit d'auteur de la GCCMI. Je vais vous expliquer l'idée de base. Nous n'avons pas réalisé d'analyse économétrique; il s'agit uniquement d'un principe, mais j'aimerais vous expliquer comment il pourrait fonctionner.

Il s'agit d'un régime fondé sur l'abonnement avec un fournisseur de services Internet. Pour un ménage canadien, les 15 premiers gigaoctets de données par mois ne seraient pas touchés. Ainsi, les gens pourraient facilement faire leurs transactions, gérer leur entreprise, partager des photos, télécharger quelques trucs, échanger des courriels sans problème. Selon ma propre expérience, lorsqu'une famille télécharge et consomme plus de 15 gigaoctets de données par mois, il est fort probable qu'elle utilise des services de diffusion en continu comme Spotify, YouTube et Netflix. Puisque Facebook, Amazon, Netflix et Google ne nous donnent pas accès à leurs chiffres, nous croyons qu'il faut appliquer un droit général. Nous n'avons pas le choix.

Je vais accélérer. Nous croyons aussi qu'il faut songer aux appareils mobiles. Nous croyons qu'il s'agit d'une première réaction à une condition économique qui devient de plus en plus grave.

L'écart de valeur est bien réel. En gros, nous recevons de minuscules redevances pour une consommation médiatique abondante. La rémunération est nettement disproportionnée. Ari pourrait vous en parler un peu plus en détail.

● (1120)

La présidente: Malheureusement, comme vous n'avez presque plus de temps, il faudra peut-être en parler pendant la période de questions.

M. Paul Novotny: D'accord.

La présidente: Je peux vous donner 10 à 15 secondes pour conclure. Nous passerons ensuite aux questions.

M. Ari Posner: Si vous me le permettez, j'aimerais conclure avec une citation de J.F.K. qui a dit: « Loin d'être une interruption ou une distraction dans la vie d'une nation, les arts sont plutôt étroitement liés à sa raison d'être; ils sont le baromètre de la qualité de la civilisation. »

J'aimerais que vous songiez à ceci: si les droits des créateurs canadiens ne sont pas protégés en cette ère du numérique, alors les gens ne voudront plus faire carrière dans les arts. Je crois que notre pays s'en trouvera appauvri.

La présidente: Merci.

[*Français*]

Nous allons maintenant commencer la période de questions et de réponses.

Monsieur Hogg, vous avez la parole.

[*Traduction*]

M. Gordie Hogg (Surrey-Sud—White Rock, Lib.): Ari allait dire quelque chose avant qu'on ne lui coupe la parole.

Je vais vous donner la chance de terminer votre exposé.

M. Ari Posner: C'est très gentil de votre part. Merci.

J'allais vous dire que l'écart de valeur — je suis sûr que vous entendez déjà cette expression — est très réel, et c'est ce que je vois venir comme menace. Cela ne fait aucun doute.

Je pense que si la Guilde des compositeurs canadiens de musique à l'image m'a demandé à moi en particulier de venir vous parler, c'est que j'en suis maintenant au milieu de ma carrière. J'aurai 48 ans cette année. J'ai trois jeunes enfants. J'ai un prêt hypothécaire à rembourser. Je prends des vacances une ou deux fois par année, si nous pouvons nous le permettre. Je suis loin de vivre dans l'extravagance et le grand luxe. Cependant, la seule raison qui fait que j'ai pu me rendre aussi loin, c'est la valeur de ma propriété intellectuelle sur les trames sonores que j'ai composées. C'est ce qui m'a permis de soutenir ma famille et de cultiver ma carrière.

Si je devais me contenter des droits qu'on me verse pour le travail que je fais, il me serait impossible de soutenir et de cultiver ma carrière. Ce revenu subséquent est d'une très grande importance pour une personne comme moi. Je travaille à *Anne*, et c'est la chose la plus populaire à laquelle j'ai travaillé à ce jour, mais c'est maintenant que je fais le moins d'argent, par rapport à tout ce que j'ai fait avant.

Je sens un déséquilibre dans l'écosystème, et je crois que c'est le droit d'auteur. Si le gouvernement peut intervenir pour resserrer le droit d'auteur et veiller à ce qu'il corresponde à l'époque actuelle et à ce qui se passe dans le reste du monde, nous pourrions rétablir une part de justice et d'équilibre dans cet écosystème.

Je vous remercie de m'avoir donné la chance de dire cela.

M. Gordie Hogg: Pouvez-vous nous citer des pays où l'écosystème répond aux préoccupations que vous exprimez grâce à divers changements apportés au cours des quelques dernières années?

● (1125)

M. Ari Posner: Je pense bien que nous pourrions regarder du côté de l'Union européenne, avec ce qu'ils viennent d'y adopter.

M. Paul Novotny: Oui. L'Union européenne a récemment adopté les articles 11 et 13. C'est un excellent point de départ, car au Canada, Music Canada et l'Association canadienne des éditeurs de musique recommandent des mesures très semblables.

Cependant, les redevances que nous proposons n'existent nulle part ailleurs. C'est une toute nouvelle idée, et nous espérons honnêtement qu'elle sera envisagée. Nous pensons que c'est une solution qui serait convenable mondialement. Nous souhaiterions que le gouvernement du Canada adopte, en matière de droit d'auteur, ce que j'appelle une responsabilité techno-morale, afin de préconiser ce type d'initiatives dans le reste du monde et de trouver d'autres nations qui sont prêtes à adopter ce genre d'idées.

Netflix a une portée mondiale, alors que le système de droit d'auteur du XX^{e} siècle est fragmenté d'un pays à l'autre. Je crois que la vision du Canada en matière de principes du droit d'auteur doit être de chercher les autres nations qui ont les mêmes valeurs concernant les créateurs, et nous devons créer des syndicats autour de cela. C'est la seule façon de faire face à des entités mondiales comme Netflix, Amazon ou YouTube.

Au bout du compte, en tant que créateurs, nous voulons travailler avec ces entités. Nous ne sommes pas contre cela. Nous voulons avoir notre part des redevances. Le droit d'auteur au XXI^{e} siècle doit miser sur l'équivalence, mais en ce moment, nous nous faisons avoir.

M. Gordie Hogg: Vous avez dit « techno-moral ».

M. Paul Novotny: Oui.

M. Gordie Hogg: C'est une juxtaposition de mots intéressante.

M. Paul Novotny: Oui. Je peux vous en dire plus à ce sujet. Je lis un livre qui m'a éclairé là-dessus.

M. Gordie Hogg: Madame Dorval, vous avez dit que tout changement apporté maintenant au droit d'auteur serait problématique. Vous estimez qu'il y a un juste équilibre entre les artistes et les diffuseurs.

Pouvez-vous préciser cela pour que je comprenne mieux les raisons pour lesquelles il n'est pas nécessaire d'apporter d'importants changements à ces paramètres?

Mme Nathalie Dorval: Oui.

Nous disons qu'en matière de droit d'auteur, l'équilibre actuel concernant la contribution des radiodiffuseurs à la rémunération des artistes est juste.

De toute évidence, quand nous écoutons cela, nous avons l'impression que le problème n'est pas tant à l'intérieur de l'industrie réglementée de la radiodiffusion, mais comme vous pouvez le voir, l'argent bouge. Nous le disions tout à l'heure: c'est un écosystème. Ces artistes estiment que leurs redevances sont une partie des revenus de la publicité, et l'industrie de la radiodiffusion voit les revenus de la publicité s'en aller vers les plateformes en ligne. C'est un autre problème.

Cet écosystème évolue, et je ne pense pas que la solution est de modifier les dispositions qui touchent les radiodiffuseurs, alors qu'ils soutiennent déjà dans une très grande mesure les artistes canadiens au Canada.

M. Gordie Hogg: Vous avez mentionné l'Union européenne et leurs stratégies, et vous trouvez qu'à l'échelle internationale, c'est le meilleur exemple qui existe en ce moment. Vous pensez pouvoir soutenir ce point, et vous croyez que ce sera beaucoup plus efficace avec l'ajout de la redevance dont vous parliez.

Est-ce que cela résume bien votre proposition?

M. Paul Novotny: Très bien.

La présidente: Il vous reste une minute.

M. Gordie Hogg: C'est bon. Je vous remercie.

La présidente: Merci.

[*Français*]

Nous cédons maintenant la parole à M. Blaney.

L'hon. Steven Blaney (Bellechasse—Les Etchemins—Lévis, PCC): Merci beaucoup, madame la présidente.

Merci à nos témoins.

Merci à M. Posner et à M. Novotny, qui nous ont décrit le véritable changement de paradigme actuel relativement à la perception de redevances sur les plateformes multimédias.

Madame Dorval, vous avez parlé de l'article 68.1 de la Loi sur le droit d'auteur. Vous nous avez un peu expliqué le mécanisme de perception. Dans le fond, j'ai l'impression que c'est comme si on avait une espèce de champ de prélèvements et qu'on essayait un peu — j'hésite à le dire — de « tuer la poule aux oeufs d'or ». Cependant, vous avez quand même mentionné que des revenus sont générés.

Pourriez-vous nous expliquer davantage votre point de vue et pourquoi vous affirmez que le modèle actuel fournit des redevances intéressantes?

De plus, pourriez-vous m'expliquer la situation en ce qui concerne les plus petites radios? Je mentionnais qu'il y avait deux radios indépendantes dans ma circonscription. Comment seraient-elles touchées par la mesure qui est préconisée, soit d'enlever cette disposition?

Mme Nathalie Dorval: Merci de votre question.

On a souvent tendance à croire que la radio joue un rôle isolé. En effet, quand on se présente devant les comités, comme c'est le cas aujourd'hui, le sujet principal est celui touchant la rémunération des artistes. Or, la radio est assurément un média qui soutient les artistes et la culture au Canada.

Toutefois, nous jouons aussi un rôle important. Nous sommes à l'ère des fausses nouvelles. Nous avons tenu des débats sur l'importance, pour assurer une saine démocratie, d'avoir des nouvelles et de l'information professionnelles et vérifiées. C'est ce rôle important que joue la radio commerciale et privée au Canada. À titre d'exploitants de stations de nouvelles et d'information, la radio remplit des fonctions qui ne génèrent pas de profits. En fait, les petites stations qui sont membres de stations plus grandes permettent au grand groupe de subventionner les activités moins profitables, comme celles qui consistent à fournir des nouvelles et de l'information partout au Canada.

Or, malgré cette redevance de 100 $ qui aide les petites stations, qui représentent environ 60 % des radios membres de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, l'industrie continue à recevoir 91 millions de dollars de redevances des radios privées par année. Alors, ce que nous demandons, c'est que cette exemption de 100 $ sur la première tranche de1,25 million de dollars demeure en place.

● (1130)

[*Traduction*]

La présidente: Susan, voulez-vous ajouter quelque chose?

Mme Susan Wheeler (présidente, Comité du droit d'auteurs, Association canadienne des radiodiffuseurs): Pour répondre plus particulièrement à l'une de vos questions, les modifications suggérées à l'article 68.1 représenteraient une augmentation de 44 % de ce coût unitaire. De toute évidence, cela s'ajouterait aux coûts que les radiodiffuseurs devraient gérer en plus des autres coûts de programmation.

L'hon. Steven Blaney: Pouvez-vous expliquer comment cela fonctionne? C'est 100 $ par...

Mme Nathalie Dorval: C'est sur la première tranche de 1,25 million de dollars en revenus publicitaires, puis le tarif additionnel, qui est plus élevé, s'applique aux revenus publicitaires qui s'ajoutent.

[*Français*]

L'hon. Steven Blaney: Le montant de 1,25 million de dollars représente les revenus d'une station de radio indépendante, si je comprends bien.

Quel est le revenu moyen, par exemple, en publicité, d'une radio commerciale indépendante?

Mme Nathalie Dorval: Les revenus varient largement d'un marché à l'autre et suivant le format radiophonique, c'est-à dire des stations de radio de nouvelles et à prépondérance verbale, ou encore des stations de radio musicales, ainsi que selon le format de musique. Entre les 600 stations de radio que nous représentons, il y a vraiment de grandes variations.

[*Traduction*]

L'hon. Steven Blaney: Monsieur Novotny, je crois que c'est vous qui avez mentionné que ceux qui ont produit le film *Mishka* obtiennent 3 000 $ par mois en revenus, mais que cet argent ne se rend pas jusqu'aux personnes qui détiennent les droits associés à la création.

Serait-il possible que l'on obtienne directement de Netflix un montant supérieur à ces 3 000 $ ou que l'argent se rende jusqu'à ceux qui comptent parmi les titulaires de droits?

M. Paul Novotny: C'est une excellente question.

En somme, il n'y a pas de système en place pour cela, en ce moment. Je ne sais pas dans quelle mesure les personnes ici présentes savent comment Google mène ses affaires et comment les gens qui mettent des vidéos sur YouTube tirent de l'argent de leur travail. Je n'en sais pas tant que cela à ce sujet, mais essentiellement, si vous obtenez de nombreux visionnements, il y a une rémunération proportionnelle qui est fonction du modèle publicitaire et qui va à l'auteur du film, mais cela esquive complètement le modèle traditionnel de l'exécution publique de l'oeuvre, des redevances et des droits de reproduction.

Quand j'ai parlé avec les gens de la SOCAN, je leur ai demandé comment cela fonctionnerait à l'avenir. Ils ont dit qu'ils ne le savaient pas. Nous ne pouvons pas obtenir d'information de leur part. Netflix en dit très peu sur ce qu'ils diffusent, comme nous le savons tous. Et la situation est semblable pour YouTube.

Ari et moi avons beaucoup discuté de cela en venant ici. Ils nous forcent à envisager une solution générale à la façon dont ils traitent notre marché. C'est ce qui a inspiré l'idée de regarder du côté de la redevance sur les supports vierges. Je ne vois pas du tout comment cela se ferait.

● (1135)

M. Ari Posner: J'ajouterais qu'une bien plus grande transparence serait préférable concernant ce qui se passe, car cela permettrait aux organismes qui s'occupent des droits d'exécution comme la SOCAN de voir les données et de contribuer à la bonne rémunération des artistes.

L'hon. Steven Blaney: Tout à fait. Je comprends.

En gros, ce que vous dites, c'est que dans un monde idéal, s'il pouvait y avoir plus de transparence concernant la façon dont ces 3 000 $ sont distribués — dans ce cas particulier —, ce serait ce qui conviendrait le mieux.

M. Ari Posner: Exactement.

[*Français*]

L'hon. Steven Blaney: Merci.

La présidente: Monsieur Nantel, vous avez la parole pour sept minutes.

M. Pierre Nantel (Longueuil—Saint-Hubert, NPD): Merci, madame la présidente.

[*Traduction*]

Malgré toute la bonne volonté de notre présidente et ses intentions sincères concernant les créateurs, nous faisons face à un gouvernement qui s'est montré gêné d'exiger ce qui doit être fait, soit une simple TPS sur les abonnements à Netflix. Compte tenu de cela seulement, que pouvons-nous vraiment attendre d'eux, en réalité?

Nous devons tous faire face à cela. Nous entendons ce qui arrive aux artistes, mais nous ne sommes même pas capables d'ajouter la TPS à un abonnement à Netflix. C'est ridicule, complètement ridicule. C'est insensé, et M. Morneau peut cacher cela derrière toute sorte de phrases comme « Nous coordonnons cela à l'échelle internationale... » Non. La TPS, qui est une taxe à l'utilisation, est requise presque partout, si je ne me trompe pas, même dans 27 des États américains. Il dilue la question de la TPS, en fait, ce qui est ridicule. C'est à cause de ces types qui vont dire: « Une taxe sur Netflix? Quelle horreur! » Ce n'est pas une taxe sur Netflix, c'est la TPS, mon ami. C'est de cela qu'il s'agit.

C'est également ce gouvernement qui a rejeté la recommandation 12 du gros rapport que nous avons eu sur la perturbation des médias, qui disait que nous devrions faire en sorte que les fournisseurs de services Internet provisionnent un fonds, comme le Fonds des médias du Canada. C'est à cause du principe, à ce moment, voulant que si votre entreprise fournit des offres internationales uniques et importantes de divertissement à tous les Canadiens, nous avions l'impression que notre contenu canadien exigeait que vous mettiez 5 % de ces bonnes affaires dans un fonds pour que nous puissions créer nos propres histoires à l'écran. Encore là, la réponse a été: « Non. Nous n'allons jamais faire cela. Non, non, non. Pourquoi faire cela? » Je vais vous dire pourquoi.

Madame Dorval, je travaille depuis 23 ans dans le domaine de la musique et de la télévision et je suis intervenu directement, de 1987 à 2002, dans la relation entre les radiodiffuseurs et la télévision et la musique. C'est tellement vrai, quand vous dites que vous êtes le meilleur partenaire que nous puissions avoir. C'est si vrai. Dans la situation actuelle, les créateurs n'ont tout simplement pas assez d'argent pour nourrir leurs enfants. C'est ce qui se produit en ce moment. Nous devons nous ouvrir les yeux. Nous devons arrêter de dire: « Je ne veux pas voir cela, et je vais regarder Netflix pendant mon retour en train à la maison. » Nous devons faire face à la réalité. Les radiodiffuseurs, les artistes, les créateurs et les télédistributeurs évoluent tous dans ce que Mélanie Joly appelait un « écosystème », et c'est tellement vrai. C'était vrai, et cela fonctionnait.

Pourquoi est-ce que cela fonctionnait? Bryan Adams est venu témoigner, et évitons de nous exciter parce que Bryan Adams est une vedette, mais c'est quand même un succès de notre système. Pourquoi a-t-il pu signer un contrat? Parce que la compagnie de disques — je pense que c'était A&M, à l'époque — savait qu'il y avait un contenu MAPL à respecter pour la radiodiffusion au Canada. Ils se sont dit: « Nous allons conclure un contrat avec ce type, et nous allons respecter nos engagements avec l'industrie canadienne et le secteur du divertissement. » C'est en raison du contenu canadien qu'ils l'ont fait.

De nos jours, que faisons-nous? Rien. Rien du tout. Vous avez tellement raison de nous parler de l'approche de l'Union européenne.

[*Français*]

J'aimerais préciser un point. Madame Dorval, vous dites qu'une large portion des revenus générés par différents droits d'exécution publique vont aux multinationales. Cependant, vous savez très bien qu'au Québec, c'est une autre histoire. Vous devriez mentionner le fait qu'au Québec, la majorité des grands artistes signent des contrats avec des maisons de disques indépendantes, qui ont souvent des intérêts dans leurs publications. Ce sont de petites maisons de disques; ces gens sont très engagés et ils travaillent en communauté. Cela se passe donc de façon différente au Québec.

Monsieur Novotny, vous avez dit que nous devrions adopter une approche globale que vous qualifiez de « techno-morale », comme celle adoptée par des compagnies comme Netflix. Nous avons déjà eu une approche globale et cela fonctionnait. Si Bruce Springsteen n'avait pas eu de droits d'exécution publique de ses chansons à la radio, A&M ou CBS n'aurait pas envoyé la copie à la radio tout en leur disant de ne pas faire jouer cette chanson. La radio ne l'aurait simplement pas obtenue et ne l'aurait pas fait tourner. Il y a déjà eu une harmonisation avec les mesures d'autres pays.

● (1140)

Nous vivons dans un contexte international, et les gens ne voudront pas que leurs oeuvres soient exploitées dans notre territoire si des droits ne leur sont pas payés.

J'aimerais connaître votre opinion. Bien sûr, messieurs Novotny et Posner, il est très important que ce soient les artistes eux-mêmes qui viennent parler ici. C'est sûr que les agences de perception de droits peuvent parfois agir de façon subjective. Elles gagnent leur vie grâce à l'aspect mécanique, donc ce serait bien qu'il en reste. D'autres la gagnent grâce à l'exécution publique de la musique, grâce aux radios ou grâce aux ententes conclues en matière de diffusion en continu. Les agences ont leurs propres visions, puisque la perception des droits constitue leur travail. Pour votre part, vous êtes les véritables artistes, et c'est bien de pouvoir vous entendre. C'est pour vous que nous sommes ici.

Par ailleurs, mesdames Dorval et Wheeler, vous êtes des femmes d'expérience dans la négociation avec les comités. J'aimerais connaître votre opinion à propos d'une impression que j'ai et qui me perturbe beaucoup. Je ne dis pas cela méchamment. Honnêtement, j'aime tout le monde ici, vous êtes toutes de bonnes personnes. Cependant, à la moitié de votre texte, vous avez perdu à peu près tout le monde, tellement c'était rendu compliqué. C'est à se demander combien de droits sont payés à ces artistes et d'où ils proviennent.

Ne trouvez-vous pas un peu inquiétant que le gouvernement ait mandaté à la fois le Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie et le Comité permanent du patrimoine canadien pour étudier ce dossier? On ne sait pas trop où l'on s'en va. Personnellement, j'ai besoin d'avoir une petite feuille de route. Je vais en faire la demande à la présidente de notre comité, car je sais qu'elle est de très bonne foi. Pouvons-nous faire un zoom arrière pour mieux voir où nous sommes rendus?

Les deux comités font leurs petites affaires. Personne n'aura une opinion complète. Vous étiez certainement là lors des ateliers en 2012. Les partis avaient des spécialistes qui connaissaient la question. Ils nous aidaient à bien saisir le dossier. C'est à la fois très complexe et très important pour notre culture.

Je pose à chacun de vous la question suivante, et vous pourrez prendre le temps qu'il restera pour y répondre. Croyez-vous qu'il serait pertinent que le gouvernement explique un peu son ambition? Par exemple, pouvons-nous nous appuyer sur la loi de l'Union européenne et déterminer si nous sommes capables de faire cela?

La présidente: Il ne reste plus de temps.

M. Pierre Nantel: Ce n'est pas grave.

La présidente: Nous allons maintenant céder la parole à Mme Dhillon pour sept minutes.

Mme Anju Dhillon (Dorval—Lachine—LaSalle, Lib.): Merci, madame la présidente.

[*Traduction*]

Je remercie tous nos témoins d'être là aujourd'hui.

Je vais commencer par vous, monsieur Novotny. Étant donné que vous représentez ce groupe, pourriez-vous nous en dire un peu plus sur la politique en matière de droit d'auteur et sur la détermination de la rémunération, ainsi que sur la façon dont vos membres sont affectés par cela? Parlez-nous de tout ce qui a fait surface.

M. Paul Novotny: Je vais faire de mon mieux.

Essentiellement, les compositeurs de musique à l'image sont incapables de fixer eux-mêmes leurs tarifs. Nous comptons sur la politique en matière de droit d'auteur pour le faire pour nous. Il n'existe probablement aucune autre entreprise dans le monde pour laquelle une agence fixe le taux.

La responsabilité de la politique gouvernementale concernant l'établissement d'un taux responsable a plus de poids que le biais que nous entendons souvent. Le taux doit être fixé de sorte qu'il tienne compte de la collectivité, de la société, de la façon dont les compositeurs de musique à l'image vont travailler jour après jour.

Je me souviens avoir entendu un chiffre effarant pour Daniel Ek, le créateur de Spotify. Quand Spotify est devenue une entité de diffusion en continu de musique partout dans le monde, son salaire a été rendu public. En tant que propriétaire et créateur de ce service, on a révélé qu'il fait entre 24 et 25 millions de dollars par année. Au cours de la même année, je me souviens avoir regardé ce que Gordon Nixon faisait en tant que PDG de la Banque Royale du Canada, et c'était autour de 12 millions de dollars. J'ai regardé la liste de toutes les autres personnes à Spotify, et les administrateurs avaient tous plus de 10 millions de dollars. Les artistes ne faisaient rien, et vous savez de quoi je parle.

Dan Hill a dit un jour que quand deux auteurs-compositeurs travaillent ensemble à une chanson, ils ne discutent pas de la propriété de tel ou tel mot, de celui qui a écrit tel ou tel motif ou thème. Non. Nous ne tenons pas compte de cela, et c'est moitié-moitié. Si trois auteurs-compositeurs travaillent ensemble, il est entendu que tout se fait à trois, parce qu'il est impossible de cerner les petites différences.

Les compositeurs de musique à l'image font face à une situation vraiment très faussée, car toutes les entreprises médiatiques qui diffusent le résultat font beaucoup d'argent par comparaison avec nous. Nous voyons ce genre de rémunération pour les directeurs des services qui offrent des abonnements, comme Netflix, par exemple. Nous voulons que ce soit plus juste.

Le droit d'auteur est ce qui protège notre industrie créative. C'est comme dame Nature. Si vous lisez notre mémoire, vous verrez que notre vision est celle d'une politique de droit d'auteur techno-morale et vertueuse qui sera respectée quand le déséquilibre du système mène à la disparition de certains des intervenants de cet écosystème. Comme dame Nature, il faut que cette politique intervienne et qu'elle offre une protection. Si ce n'est pas le cas, et si les compositeurs de musique à l'image, par exemple, se mettent à ne plus pouvoir gagner leur vie, cela signifie que les orchestrateurs, les arrangeurs, les paroliers, les éditeurs de musique, les studios d'enregistrement et tous les fournisseurs vont le ressentir. Il faut résoudre ce problème. Le modèle du XX^{e} siècle ne fonctionne plus. Je vous ai expliqué pourquoi, et notre mémoire l'explique aussi.

Est-ce que cela répond à votre question?

● (1145)

Mme Anju Dhillon: Tout à fait.

Vous avez mentionné deux autres choses qui semblent vous troubler.

Quand vous avez témoigné, vous avez dit que la politique sur le droit d'auteur sépare la propriété en deux types de redevances. L'autre chose est l'accès numérique. Quels sont les changements possibles? L'accès numérique donne une excellente visibilité, mais il y a des désavantages. Voulez-vous nous en parler? Quelqu'un d'autre voudrait en parler?

M. Paul Novotny: Je ne veux pas priver tout cela d'oxygène, mais nous croyons que la technologie ne devrait même pas faire partie de l'équation. Le droit d'auteur, c'est le droit d'auteur, et cela ne devrait pas être associé à la technologie actuelle ou future. Le droit d'auteur vise la propriété et la rémunération des idées. Quant à la diffusion, du moment qu'elle est juste, c'est ce qui compte. Je pense que nous soutenons une vision techno-morale et vertueuse de la politique visant le droit d'auteur à tous les égards pour le XXI^{e} siècle. Je serai ravi que le Canada présente cette perspective au monde, comme nous l'avons fait avec la politique culturelle par l'intermédiaire de l'UNESCO.

Mme Anju Dhillon: Merci.

Est-ce que l'une des représentantes de l'Association canadienne des radiodiffuseurs aimerait ajouter quelque chose?

Mme Nathalie Dorval: C'est vraiment à la fois rafraîchissant et triste, mais vrai: nous formions un écosystème qui était dans une grande mesure protégé de la concurrence étrangère. Nous voyons tous les effets de cela sur les radiodiffuseurs et sur les artistes d'ici, car nous avons tous ces nouveaux joueurs qui arrivent de partout et qui ne contribuent pas au système. Par exemple, Netflix ne donne pas... Je ne suis pas aussi bien informée que vous l'êtes à ce sujet, mais il y a manifestement quelque chose là. Il y a quelque chose, car il y a de nouveaux joueurs dans l'écosystème, et ils n'y contribuent pas comme le font les industries réglementées.

M. Ari Posner: Il suffit de prendre l'exemple des prix Emmy de cette année pour constater la tendance très claire qui se dégage quant aux émissions exceptionnelles qui sont les plus primées et les plus regardées. Elles proviennent toutes des services de diffusion en continu. Ce sont toutes des émissions de Netflix, Amazon Prime ou Hulu. Ces entreprises engrangent des tonnes de revenus — plus que jamais auparavant — en distribuant du contenu, mais cet argent n'est pas partagé équitablement. Il faut pouvoir examiner la question dans une perspective différente pour en arriver à savoir ce qui se passe en coulisses et comment il est possible d'avoir accès à cette information afin de veiller à ce que les droits des créateurs soient protégés.

● (1150)

La présidente: C'est tout le temps que vous aviez.

Nous passons à M. Shields pour les cinq prochaines minutes.

M. Martin Shields (Bow River, PCC): Merci. Je vais partager mon temps avec M. Yurdiga.

J'ai quelques questions pour nos témoins que je remercie sincèrement de leur présence aujourd'hui.

Je vais d'abord m'adresser aux représentantes de l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Nous n'avons pas entendu les témoignages des grandes maisons de disques, comme vous sembliez le laisser entendre. Elles n'ont pas comparu devant nous. Nous avons cependant entendu de nombreux artistes qui nous ont parlé de ce seuil de 1,25. Je pense qu'ils l'ont tous mentionné. Vous travaillez en partenariat, mais c'est un élément que l'un de vos partenaires n'apprécie pas de toute évidence. Qu'advient-il de votre relation avec ce partenaire qui s'oppose radicalement à votre position?

Mme Nathalie Dorval: C'est vraiment intéressant.

Je veux d'abord remercier M. Nantel pour la distinction qu'il a établie. Il est bien vrai qu'il y a une différence entre le marché anglophone et le marché francophone.

Cette exemption est vraiment utile pour les petites entreprises locales, comme les stations de radio. Je voulais toutefois faire valoir dans notre exposé — et il est possible que je vous aie perdu quelque part, car tout cela est effectivement très complexe — que ce sont les maisons de disques qui touchent en fait la plus grande partie de cet argent. Même si l'on s'efforce d'accroître les redevances découlant de la diffusion radio, la plus grande partie des sommes générées quittent le pays.

La proportion allant aux maisons de disques canadiennes est de 2 %. Nous estimons que les artistes canadiens touchent 28 % de ces sommes et que 78 % vont à Sony Music, Universal Music, Warner Music... Est-ce bien ce que vouliez savoir?

M. Martin Shields: Non, j'avais bien saisi cet aspect.

Je vous dis simplement que tous les artistes qui ont comparu devant nous réclamaient que ce seuil de 1,25 soit supprimé. C'est ce qu'ils nous ont tous affirmé. Ils sont votre raison d'être. Sans les musiciens, vous ne pourriez pas survivre.

Vous vous retrouvez avec un problème grave sur les bras. Votre principal partenaire ne comprend tout simplement pas comment il peut en être ainsi.

Mme Susan Wheeler: Je crois que les représentants de Music Canada et de Ré:Sonne ont comparu devant vous. Ces deux organisations appartiennent aux grandes maisons de disques et sont contrôlées par celles-ci. Elles ont fait comparaître des artistes devant vous. Je pense que ces artistes ont dû traiter d'un autre enjeu, car leurs oeuvres ne sont pas diffusées à la radio. Ils n'ont pas droit aux redevances dont il est question aujourd'hui. Il est bien évident qu'ils avaient d'autres intérêts dont ils jugeaient important de discuter avec vous. Nous disons simplement que, dans le cas qui nous intéresse, la plus grande partie de l'augmentation se retrouverait à l'étranger.

M. Martin Shields: Non, j'avais bien compris cela.

Mme Susan Wheeler: J'estime que cela fait partie des éléments à prendre en considération pour en arriver au juste équilibre. Il faut savoir que ces fonds sont actuellement utilisés aux fins de la programmation locale canadienne, plutôt que d'aboutir à l'extérieur du pays.

M. Martin Shields: Je crois simplement que votre partenaire juge la situation problématique, car on nous a dit quelque chose de différent.

Mme Susan Wheeler: Je pense qu'il faut surtout s'intéresser au partenariat entre les maisons de disques et les artistes. À l'heure actuelle, la rémunération doit être partagée moitié-moitié. C'est ce que prévoit la Loi sur le droit d'auteur. Si l'on souhaite revoir cet équilibre, il est bien certain que l'on pourrait envisager un nouveau partage favorisant l'artiste.

M. Martin Shields: D'accord, merci.

À vous la parole.

M. David Yurdiga (Fort McMurray—Cold Lake, PCC): Madame la présidente, c'est vraiment intéressant. Quand j'étais jeune, j'allais m'acheter — j'allais parler de huit-pistes —

Des voix: Ah, ah!

M. David Yurdiga: Mais disons plutôt des cassettes et des disques compacts. Il était alors facile de savoir à quoi s'en tenir. Un artiste pouvait se dire qu'il avait vendu tel ou tel nombre de disques la semaine précédente et réclamer sa rémunération en conséquence.

Mes enfants ont grandi à l'âge numérique. Ils peuvent accéder à du contenu en s'approvisionnant à différentes sources. Il y a ce qu'on appelle les marchés gris. Je ne suis pas en train de dire que c'est ce qu'ils font, mais il y a tellement d'options possibles.

Bon nombre de ces revenus ne se concrétisent pas. Dans l'état actuel des choses, comment peut-on assurer la surveillance de cette sphère numérique? C'est tout un défi parce que l'on sait que le partage de fichiers et toutes les options semblables ont vraiment des incidences sur les artistes et ceux qui détiennent les droits d'auteur. Il y a bien des enjeux en cause.

Pouvez-vous nous dire ce que vous en pensez?

La présidente: Vous avez moins d'une minute.

M. Ari Posner: Je peux juste vous dire que les patrons de Netflix, par exemple, savent combien de gens regardent leurs émissions. Et ils en savent beaucoup plus. Ils savent à quel moment vous vous levez pour aller à la toilette. Ils savent quand vous appuyez sur Pause et à quel moment vous repartez l'enregistrement de même que le temps que vous mettez pour visionner une série au complet. Ils disposent de tous ces renseignements.

Les choses sont moins claires dans mon esprit pour ce qui est de YouTube. Tous les jeunes vont sur YouTube pour regarder des vidéos et écouter de la musique, mais reste quand même que c'est une entreprise qui fait de l'argent grâce à des contenus téléchargés qui ne sont pas protégés adéquatement. Comment assurer la surveillance requise à ce niveau? C'est une excellente question.

● (1155)

M. Paul Novotny: J'aimerais ajouter quelque chose. L'idée d'une redevance imposée aux fournisseurs de services Internet est un très bon point de départ pour remédier à cette situation, car cela va permettre essentiellement de contrer l'extraction de contenu qui est très problématique. Lorsque du contenu est affiché sur YouTube, par exemple, les gens doivent consommer des données pour y accéder. Ce n'est peut-être pas le système idéal, mais c'est, comme je l'indiquais, une première étape vers un meilleur équilibre. C'est peut-être la meilleure réponse que je puisse vous donner pour l'instant.

La présidente: D'accord. Nous passons au dernier député qui posera ses questions.

[*Français*]

Monsieur Breton, vous avez la parole pour cinq minutes.

M. Pierre Breton (Shefford, Lib.): Merci, madame la présidente.

Ma première question s'adresse à M. Posner.

Tout ce nouveau contenu numérique est arrivé sur le marché il y a plusieurs années. Évidemment, vous aviez des revenus. En fait, depuis combien d'années êtes-vous dans le métier, monsieur Posner?

[*Traduction*]

M. Ari Posner: Depuis environ 25 ans.

M. Pierre Breton: D'accord.

[*Français*]

Cela fait donc plusieurs années que vous exercez le métier et que vous êtes un créateur.

Comment vos revenus ont-ils évolué, si c'est le cas, au cours des 25 dernières années? Devez-vous travailler plus fort pour répondre à vos besoins? Comment s'est passée toute cette évolution?

[*Traduction*]

M. Ari Posner: Il va s'en dire qu'il y a une tendance à la baisse des revenus provenant de la SOCAN qui recueille les recettes découlant de la publicité. Cela n'a rien d'un mystère. Cet argent s'en va ailleurs. Chose importante, je constate que de plus en plus de commandes qu'on me passe visent la production d'émissions qui seront diffusées en continu, des émissions pour Netflix notamment. Pour une bonne part, on produit chez moi à Toronto des émissions qui seront diffusées en partenariat avec Netflix ou bien en exclusivité sur Netflix. Je n'ai pas l'impression d'avoir vraiment le choix. Si je n'accepte pas les commandes de Netflix, je ne pourrai tout simplement pas survivre.

J'accepte donc le travail en sachant toutefois que je vais obtenir uniquement la rémunération prévue au départ à laquelle quelques grenailles s'ajouteront par la suite. C'est très difficile pour quelqu'un comme moi de se retrouver en pareille situation.

[*Français*]

M. Pierre Breton: Si je vous ai bien compris, depuis 25 ans, vous travaillez aussi fort, sinon plus fort, mais vos revenus ont diminué à cause du numérique qui a fait son entrée sur le marché. Est-ce cela?

[*Traduction*]

M. Ari Posner: C'est tout à fait exact.

[*Français*]

M. Pierre Breton: Très bien.

Madame Dorval, merci également d'être ici aujourd'hui.

Un peu plus tôt, vous avez répondu en partie à M. Hogg au sujet de votre recommandation. Je veux juste être certain d'avoir bien saisi. Vous recommandez qu'on ne touche pas à la Loi sur le droit d'auteur. Est-ce bien cela?

Voici la deuxième partie de ma question. En 2012, au moment de la réforme du droit d'auteur, est-ce que vous ou votre organisation aviez fait les mêmes recommandations que celles que vous faites aujourd'hui?

Mme Nathalie Dorval: Je vous remercie de la question. Tout d'abord, nous disons qu'il ne faut pas toucher à la Loi sur le droit d'auteur parce que les propositions visant à supprimer l'exemption prévue à l'article 68.1 et à changer la définition du terme « enregistrement sonore » ne devraient pas être suivies. En effet, un équilibre a été atteint et nous croyons qu'il serait contre-productif pour le Canada, les stations de radio et les artistes de toucher à ces dispositions, qui ont permis d'atteindre cet équilibre.

En 2012, des représentants de notre industrie n'ont pas nécessairement comparu devant votre comité. Quand on essaie de toucher à la Loi sur le droit d'auteur, il y a inévitablement des positions antagonistes. Nous pensons que du bon travail a été fait. Lorsque toutes les parties ne sont pas entièrement heureuses, nous nous disons que le processus s'est conclu par une réussite.

Bref, nous pensons vraiment qu'un juste équilibre a été atteint en ce qui a trait à la contribution de la radiodiffusion.

● (1200)

La présidente: Il vous reste 30 secondes.

M. Pierre Breton: Merci beaucoup.

La présidente: D'accord.

[*Traduction*]

Merci à tous nos témoins. Il a été vraiment intéressant d'entendre ce que vous aviez à nous dire.

Nous allons nous interrompre quelques instants, le temps que nos prochains témoins s'installent.

●

——————— (Pause) ———————

●

La présidente: Nous allons reprendre sans plus tarder avec les exposés de nos nouveaux témoins de manière à conserver suffisamment de temps pour les questions et les réponses.

Nous accueillons maintenant Jayson Hilchie de l'Association canadienne du logiciel de divertissement; et Annie Francoeur de Stingray Digital Group Inc.

Nous allons débuter avec l'exposé de M. Hilchie.

● (1205)

M. Jayson Hilchie (président-directeur général, Association canadienne du logiciel de divertissement): Bonjour, madame la présidente, et merci au Comité de me donner l'occasion de participer à cette étude.

Je m'appelle Jayson Hilchie et je suis le président et chef de la direction de l'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD). L'ALD représente une partie des grandes entreprises de jeux vidéo qui exercent leurs activités au Canada, y compris des éditeurs et des fabricants de consoles multinationaux, des distributeurs locaux et des studios indépendants de jeux vidéo appartenant à des intérêts canadiens.

Le secteur canadien du jeu vidéo est l'un des plus dynamiques et des plus prolifiques au monde. Il emploie près de 22 000 personnes à temps plein et soutient 19 000 autres emplois indirectement. La contribution du secteur au PIB canadien s'élève à près de 4 milliards de dollars. Ce montant ne représente pas des revenus, mais bien les salaires de nos employés et de ceux que nous soutenons, ainsi que leur impact économique collectif. Et cet impact est de taille. Le salaire moyen d'un employé du secteur canadien du jeu vidéo est de 77 000 $ par année, soit plus du double du salaire moyen canadien. Pour mettre les choses en perspective, disons que malgré une population 10 fois plus petite que celle des États-Unis, le Canada possède un secteur de développement des jeux vidéo équivalant à environ 50 % de celui de son voisin, qui est le plus important au monde.

Sur les 600 studios installés entre St. John's, à Terre-Neuve, et Victoria, en Colombie-Britannique, environ 85 % sont détenus par des Canadiens. Le secteur canadien compte de grands éditeurs et développeurs multinationaux, mais aussi des sociétés appartenant à des intérêts canadiens. Ce mélange contribue à le diversifier et à le renforcer. Je ne saurais donc trop insister sur la position de chef de file du Canada en matière de production et de création de jeux vidéo à l'échelle mondiale. Les investissements des plus grandes multinationales du secteur le prouvent. Ces multinationales sont les principaux employeurs du secteur canadien et certains de leurs jeux les plus populaires sont créés ici même au Canada.

La production de jeux vidéo est l'un des secteurs les plus florissants au monde. Elle devrait générer près de 140 milliards de dollars de revenus en 2017. Le Canada est l'un de ses principaux moteurs. Mais on ne peut générer 140 milliards de dollars de revenus mondiaux sans penser à la viabilité commerciale. En ce sens, nous fonctionnons comme une entreprise.

L'évolution de notre secteur, de nos produits, de la technologie et des préférences des utilisateurs a modifié nos sources de revenus. Le modèle qui se résumait autrefois à développer un jeu, à l'enregistrer sur un support, à l'emballer et à le mettre sur les étalages s'est transformé en de nombreuses formes de produits et de services. Même si les deux tiers de nos revenus proviennent encore du commerce de détail traditionnel, les ventes numériques directes ont vite remporté l'autre tiers et ne cessent de croître. Grâce aux avancées touchant les technologies à haut débit et la vitesse des processeurs, on peut transmettre des fichiers volumineux directement sur les ordinateurs, consoles et appareils mobiles, et permettre aux consommateurs d'utiliser nos produits de différentes façons.

Les jeux ne se retrouvent plus nécessairement dans leur forme définitive au moment de leur mise en marché. Bon nombre de nos jeux continuent d'évoluer longtemps par la suite grâce à des mises à jour, des ajouts, des expansions et des améliorations. Les joueurs peuvent ainsi s'amuser plus longtemps avec leurs jeux préférés.

Grâce à la montée en popularité et à l'omniprésence des téléphones intelligents et des occasions commerciales qui les accompagnent, le secteur a connu une forme de renaissance permettant aux petits studios de jeux vidéo indépendants de développer leurs propres jeux et de les publier sur App Store ou Google Play. Nous avons alors assisté à une augmentation importante du nombre d'entreprises nouvelles et innovatrices capables de prendre d'importants risques créatifs.

Pour bon nombre de ces jeux mobiles, le modèle d'affaires était très différent de celui auquel les consommateurs ont été habitués. Même si certaines entreprises ont dû batailler ferme, le modèle des jeux gratuits s'est imposé. Ce modèle permet aux utilisateurs d'accéder gratuitement à certaines fonctions des jeux, puis d'améliorer et de personnaliser leur expérience en achetant des options virtuelles. Ces options constituent une source de revenus de plus en plus importante dans notre secteur. Elles répondent aux besoins et aux envies des joueurs, ce qui explique leur grande popularité.

Il faut toutefois savoir que la plupart des jeux vidéo pour appareils mobiles ne sont pas rentables. Le manque de visibilité reste un enjeu énorme pour de nombreux jeux. Même si les studios indépendants peuvent publier leurs propres jeux sur App Store, la plupart n'ont pas les ressources nécessaires pour assurer leur promotion et leur commercialisation comme d'autres le font avec des célébrités à la télévision. Une autre source de revenus provient des joueurs qui téléchargent du contenu supplémentaire après la sortie du jeu. Il peut s'agir de nouvelles cartes, missions ou histoires, ou de nouveaux niveaux ou personnages qui permettent aux joueurs de poursuivre leur expérience autrement.

Tout en innovant et en recherchant de nouvelles façons d'améliorer l'expérience des joueurs, nous avons dû affronter d'autres réalités. Au fil des ans, nous avons apporté des changements à la demande des consommateurs, mais aussi pour combattre le piratage.

● (1210)

Le piratage a évolué au fil du temps et touche désormais principalement les médias numériques. L'une de nos solutions à ce problème consiste à ajouter une composante en ligne à la plupart de nos jeux. Il peut s'agir d'un compte qui permet de télécharger du contenu à partir d'un serveur central ou, plus fréquemment, d'un mode multijoueurs dans le jeu.

Ainsi, tous les joueurs sont reliés par des serveurs centraux et doivent avoir un compte pour pouvoir accéder aux fonctionnalités en ligne. Cette méthode est très efficace, car les jeux piratés ne permettent pas d'accéder aux fonctions en ligne. Dans la plupart des cas, un joueur qui utilise un jeu piraté ne pourra se servir que du mode monojoueur, qui est de moins en moins courant dans notre secteur.

Pour lutter contre le piratage, nous utilisons aussi des mesures de protection technologiques sous forme de technologies de chiffrement logiciel et de composantes dans les consoles de jeux vidéo.

Grâce à ces mesures de protection technologiques, nous cryptons les données d'un jeu pour qu'elles ne puissent pas être copiées et nous rendons les jeux copiés illisibles sur les consoles. Même si les pirates trouvent souvent le moyen de les contourner, ces mesures donnent aux entreprises le temps de vendre des copies légitimes des jeux pendant la période où la demande est la plus forte, laquelle correspond habituellement aux 90 premiers jours.

Plus la technologie de cryptage s'améliore, plus il faut de temps pour pirater un jeu, ce qui donne aux entreprises une plus grande fenêtre pour amortir leur investissement. Certains vendeurs en ligne proposent des « puces pirates » capables de contourner les protections des consoles afin qu'elles acceptent les jeux copiés. Ces dispositifs ont été rendus illégaux au Canada en 2012 dans le cadre de la modernisation de la loi canadienne sur le droit d'auteur.

L'an dernier, cette loi a permis à Nintendo d'obtenir gain de cause contre un homme de Waterloo, en Ontario, qui vendait ce type de dispositif. Après un long processus judiciaire, Nintendo a obtenu plus de 12 millions de dollars en dommages et intérêts sur décision de la Cour fédérale, ce qui, selon de nombreux médias, fait de cette loi l'une des plus strictes au monde.

Mais pour demeurer efficace, la loi doit continuer à protéger les créateurs de contenu du secteur du jeu vidéo en maintenant l'illégalité de ces dispositifs de contournement. Plus notre économie tend vers les biens et les services numériques, plus les mesures de protection, comme les mesures de protection technologiques, doivent être maintenues.

Mais même face à ces défis, notre secteur continue d'innover et d'expérimenter de nouveaux modèles de revenus, et de nouvelles options qui inciteront les consommateurs à acheter nos produits. Dernièrement, certains ont proposé des modèles d'abonnements mensuels qui permettent aux consommateurs d'accéder à des centaines de jeux, récents et anciens, téléchargeables ou en ligne.

C'est le cas de la plateforme de diffusion en continu PlayStation Now qui permet aux consommateurs d'accéder à plus de 650 jeux PlayStation sur Internet par l'intermédiaire d'un serveur central, moyennant des frais mensuels. PlayStation offre plusieurs options d'abonnements pour son service, mais on peut dire qu'il vous en coûtera environ 100 $ pour un abonnement d'un an au Canada.

Microsoft vient aussi de lancer son offre Xbox All Access qui est différente de celle de PlayStation Now. Elle offre divers éléments, dont la console Xbox elle-même, un abonnement Xbox Live qui permet de jouer à plusieurs jeux en ligne, et un Xbox Game Pass qui offre plus de 100 jeux téléchargeables sur la console. Microsoft propose ce service sous différentes formes d'abonnement mensuel.

Comme vous pouvez le constater, le secteur du jeu vidéo fait constamment évoluer sa relation avec les joueurs en cherchant à leur offrir de plus en plus d'options, ce qui garantit sa réussite commerciale. Il existe un lien direct entre les modèles de rémunération et la façon dont les consommateurs souhaitent accéder aux contenus. Les consommateurs de jeux vidéo ne veulent pas qu'on leur dise comment utiliser nos produits. Au fil du temps, nous avons appris à les écouter et à adapter nos produits en conséquence.

Même s'il nous reste encore beaucoup à apprendre, nous sommes fiers d'avoir réussi à mettre les joueurs au premier plan en leur proposant les expériences de jeu qu'ils attendaient et à offrir des modèles de rémunération qui fonctionnent pour le secteur.

Merci.

● (1215)

La présidente: Nous entendrons maintenant Annie Francoeur, du Groupe Stingray Digital.

[*Français*]

Mme Annie Francoeur (vice-présidente, Affaires juridiques et commerciales, Groupe Stingray Digital Inc.): Bonjour, mesdames et messieurs.

Au nom du Groupe Stingray Digital Inc., j'aimerais vous remercier de votre invitation à venir participer à la discussion relative à la rémunération des artistes et des industries créatives en lien avec le droit d'auteur, plus particulièrement avec la musique, soit l'industrie dans laquelle évolue Stingray.

Fondée en 2007, Stingray est une compagnie canadienne dont le siège social est à Montréal et qui emploie présentement 340 personnes au Canada.

Nous distribuons nos services non seulement au Canada, mais également à l'étranger. Compte tenu de l'ensemble de nos services, nous estimons rejoindre environ 400 millions d'abonnés ou de foyers dans 156 pays. Nous desservons également 12 000 clients commerciaux, ce qui représente 78 000 établissements commerciaux.

Pour l'année financière 2018, approximativement 47 % des revenus de Stingray provenaient du Canada. Plus Stingray a du succès à l'étranger, plus les artistes canadiens bénéficient également de ce succès.

Le portfolio des services de Stingray offerts au Canada inclut un service de musique audio appelé Stingray Musique, qui comprend environ 2 000 chaînes de musique audio dans une centaine de genres musicaux. Nous offrons également plusieurs services sur demande, notamment des vidéoclips, du karaoké, des concerts, différents produits disponibles à la pièce ainsi que plus d'une dizaine de chaînes linéaires sur la télévision telles que Stingray Classica, Stingray festival 4K, Stingray Ambiance, et ainsi de suite.

Nous offrons également des services de musique et d'affichage numérique à des établissements commerciaux par l'entremise de notre division Stingray Affaires.

Nos services sont accessibles sur plusieurs plateformes numériques et au moyen de divers appareils, comme la télévision par câble ou par satellite, Internet, les applications mobiles, les consoles de jeux vidéo, les systèmes de divertissement en vol ou en train, les voitures connectées, les systèmes WiFi, comme Sonos, et ainsi de suite.

Plus de 100 experts de la musique partout dans le monde sont responsables de programmer les différents services et les différentes chaînes de Stingray. C'est ce qui distingue notamment Stingray de plusieurs autres services de musique, lesquels emploient des algorithmes pour sélectionner le contenu qui est offert à leur clientèle. La programmation des chaînes de Stingray est par ailleurs adaptée au marché local et à la démographie de ce marché.

Par nécessité, Stingray est aussi une compagnie de technologie. La demande liée à la gestion d'un catalogue important d'actifs numériques et la distribution de ce contenu sur diverses plateformes et dans différents marchés exigent que Stingray se maintienne au sommet et à l'avant-garde en matière de technologie. Stingray investit donc plusieurs millions de dollars par année en recherche-développement afin de demeurer concurrentielle ainsi que de garder et de retenir sa clientèle.

● (1220)

[*Traduction*]

Stingray s'est engagé à encourager les talents et les artistes canadiens et l'organisation participe activement à la création et à la promotion de contenu canadien. Pendant la dernière année de radiodiffusion, Stingray a dépensé environ 379 000 $ en création de contenu canadien dans le cadre d'initiatives de DCC, ce qui comprend des versements à des associations telles que FACTOR, Musicaction et le Fond canadien de la radio communautaire, mais aussi des prix lors de festivals et d'événements musicaux, des coûts liés à la prestation d'artistes, des ateliers, des sessions éducatives, etc.

En plus de telles initiatives de DCC, après l'introduction en bourse de Stingray en 2015, le CRTC a approuvé le changement de propriétaire et de contrôle de Stingray, mais a exigé que l'organisation paie des avantages tangibles d'un montant de 5,5 millions de dollars sur une période de 7 ans.

En plus de ces obligations réglementaires, Stingray contribue aussi volontairement de nombreuses autres façons à la promotion et au développement des artistes canadiens. Très récemment, Stingray a conclu un partenariat avec l'ADISQ afin de créer une nouvelle chaîne de vidéoclips distribuée par les télédiffuseurs au Canada; cette chaîne s'appelle PalmarèsADISQ par Stingray.

Puisque Stingray souhaite investir dans les jeunes talents, une partie des profits générés par de telles chaînes seront investis dans la production de vidéoclips locaux par l'entremise de fonds de tierce partie existants, tel le Fonds RadioStar. Grâce à cette initiative, Stingray financera la production de vidéoclips diffusés sur ses chaînes, mais l'organisation aidera également à l'avancement professionnel de nouveaux directeurs et artistes québécois et canadiens.

Chaque année, Stingray verse également certains montants à des événements organisés par des partenaires qui favorisent le développement et la promotion des talents canadiens. Par exemple, Stingray parraine régulièrement les groupes qui participent aux Rencontres de l'ADISQ et à d'autres événements semblables.

Stingray produit également la série *PausePlay*, qui se compose d'entrevues exclusives et de prestations intimes d'artistes populaires et émergents enregistrées en direct afin de faire la promotion de leur nouvel album ou de leur tournée. Ces enregistrements sont ensuite diffusés par Stingray sur des plateformes de médias sociaux et sur ses chaînes, ce qui permet d'offrir une exposition importante à ces artistes. Nous offrons également, sur le blogue de Stingray, une couverture médiatique composée de critiques d'albums et de concerts, etc.

Stingray ne présente aucune demande au Comité aujourd'hui. En effet, notre organisation comparaît devant le Comité pour proposer une solution, ou au moins une solution partielle, afin d'aider les artistes canadiens.

Nous croyons que certaines industries non réglementées devraient l'être. Par exemple, les services Stingray qui sont offerts par l'entremise de la télévision sont assujettis aux exigences minimales en matière de contenu canadien, tout comme le sont les stations de radio commerciales. Afin de promouvoir et d'encourager la visibilité de nos artistes canadiens, Stingray croit que les services commerciaux de musique de fond devraient être visés par la Loi sur la radiodiffusion et être assujettis à des exigences semblables. De telles mesures s'appliqueraient également à Stingray, car Stingray est l'un des plus grands fournisseurs de musique de fond au Canada.

Réfléchissons à la question. Pourquoi un magasin de vente au détail qui utilise les services d'un fournisseur de musique de fond serait-il traité différemment d'un autre endroit qui utilise la radio comme musique de fond ou différemment d'une personne qui écoute une chaîne télévisuelle de musique à la maison?

Nous croyons qu'une telle distinction ne devrait pas exister, et nous avons présenté la même proposition au CRTC en février 2018, dans le cadre de nos commentaires sur les futurs modèles de distribution de programmes.

Nous croyons fermement que notre proposition peut offrir aux artistes canadiens d'excellentes plateformes de promotion, ainsi que des revenus supplémentaires.

Merci.

[*Français*]

La présidente: Merci.

Nous passons maintenant à la période de questions et de réponses. Je cède la parole à M. Boissonnault.

M. Randy Boissonnault (Edmonton-Centre, Lib.): Merci, madame la présidente.

Je commencerai par la représentante du Groupe Stingray Digital Inc.

Madame Francoeur, je vous remercie de votre présentation. Il est rare que des gens viennent au Comité sans avoir de demande à présenter, mais plutôt pour proposer une solution.

Nous avons fait des calculs relativement à ce que les artistes reçoivent de YouTube et à d'autres services de diffusion en continu. J'ai aussi fait l'exercice moi-même. Pour obtenir un salaire minimum de 2 400 $ par mois, il faut 16,8 millions de visionnements par mois sur YouTube. Sur une autre plateforme, il faut 9,7 millions de clics pour arriver au même salaire. Il en faut beaucoup de ces clics, en une année, pour qu'un artiste puisse survivre.

Pouvez-vous nous dire quel serait l'équivalent sur Stingray?

● (1225)

Mme Annie Francoeur: Nous n'avons malheureusement pas cette information. Stingray n'étant pas un service complètement interactif comme YouTube ou Spotify, nous ne faisons pas affaire directement avec les ayants droit. Nous payons nos redevances par l'intermédiaire des sociétés de gestion collective.

Nous n'avons aucun moyen de savoir comment la SOCAN ou Ré:Sonne répartissent ensuite les revenus entre leurs membres. Je ne sais pas quelles redevances l'artiste reçoit, finalement, pour l'utilisation de nos services.

M. Randy Boissonnault: Le phénomène d'extraction audionumérique a-t-il entraîné des conséquences pour Stingray?

Mme Annie Francoeur: Non, pas pour le moment.

J'ai lu à ce sujet, mais nous n'avons pas constaté de conséquences jusqu'à maintenant.

Nous ne savons même pas s'il y a eu de l'extraction audionumérique sur nos plateformes offertes.

[*Traduction*]

M. Randy Boissonnault: Plus précisément, comment la recommandation que vous avez formulée aujourd'hui permettrait-elle aux artistes qui utilisent la plateforme Stingray de faire plus d'argent?

[*Français*]

Mme Annie Francoeur: À l'heure actuelle, par exemple en ce qui concerne notre service Stingray Musique pour la télévision, nous avons l'obligation d'offrir une chaîne canadienne pour chaque chaîne non canadienne qui est disponible.

Sur les chaînes canadiennes, 35 % du contenu doit être canadien. Je mets ici de côté d'autres obligations qui concernent le contenu francophone. Il n'existe actuellement aucune obligation, pour les fournisseurs de services de musique de fond, d'offrir du contenu canadien.

Si l'on mettait une disposition en place, comme Stingray le suggère, 35 % du contenu qu'on entendrait dans les magasins serait du contenu canadien. Des redevances seraient donc nécessairement payées à la SOCAN et à Ré:Sonne, et elles seraient ensuite remises à leurs membres.

M. Randy Boissonnault: Selon votre expérience, croyez-vous que les artistes francophones reçoivent plus d'argent que les artistes anglophones grâce aux programmes existant au Québec?

Mme Annie Francoeur: Je n'ai pas cette information.

M. Randy Boissonnault: Merci.

[*Traduction*]

Monsieur Hilchie, je viens d'Edmonton et je suis le député d'Edmonton-Centre. Je connais les médecins qui sont devenus très célèbres après avoir lancé BioWare. Vous savez, vous pouvez passer des jeux vidéo à la direction d'une microbrasserie. En fait, c'est ce que l'un de mes collègues a fait.

M. Jayson Hilchie: C'est ce que Greg a fait.

M. Randy Boissonnault: Oui, c'est ce que Greg a fait.

Lorsque des oeuvres musicales sont utilisées dans un jeu vidéo, comment les artistes sont-ils rémunérés? Le sont-ils selon les normes de l'industrie, et sinon, comment cela pourrait-il être amélioré?

M. Jayson Hilchie: Chaque entreprise de jeux vidéo conclut ses propres accords pour la musique dont elle obtient les droits, mais ces entreprises obtiennent toujours les droits de la musique utilisée et elles paient pour ces droits, avant même que le jeu soit fabriqué dans la plupart des cas. Cela se fait par l'entremise d'agences et de groupes de titulaires droits, etc. Il est très rare que cela soit fait de façon informelle.

Il serait préférable de parler aux représentants de chaque entreprise pour connaître leurs activités dans ce domaine, mais je sais, par exemple, que s'il y a de la musique dans un jeu, les droits ont été payés par l'entremise du processus approprié.

M. Randy Boissonnault: Avez-vous des statistiques sur le nombre de personnes employées par l'industrie des jeux vidéo au Canada? Sinon, pourriez-vous nous les faire parvenir?

M. Jayson Hilchie: Nous employons directement 22 000 personnes et nous appuyons indirectement 19 000 autres emplois. Il s'agit de gens qui travaillent en raison de l'industrie du jeu vidéo, par exemple des artistes de la capture de mouvements et dans certains cas, des musiciens qui travaillent sur les jeux, etc. Mais il y a également toutes sortes d'autres employés. Il y a donc au total un peu plus de 40 000 emplois directs et indirects au Canada dans ce secteur.

M. Randy Boissonnault: Où sont situés vos centres de jeux vidéo les plus actifs dans le pays?

M. Jayson Hilchie: Ils sont situés au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique — surtout à Montréal, à Toronto et à Vancouver, mais Edmonton est en croissance.

M. Randy Boissonnault: Nous continuons d'appuyer cette croissance.

Vous avez mentionné le piratage. Y a-t-il d'autres éléments qui devraient préoccuper les membres de notre comité ou cela concerne-t-il surtout les travaux de nos collègues du comité de l'industrie? Je fais également partie du Comité permanent de la justice et des droits de la personne. Je m'intéresse aux mesures que nous pouvons prendre contre les pirates extraterritoriaux. Les lois du Canada sont limitées à cet égard, mais si vous avez des suggestions que les membres du Comité pourraient examiner, cela m'intéresse.

M. Jayson Hilchie: La capacité de poursuivre ces gens en justice devant les tribunaux canadiens lorsque nous les trouvons au Canada a représenté un énorme progrès pour nous. Comme je l'ai dit, nos membres ont déjà utilisé cette loi pour s'attaquer à un vendeur de modchips qui a mené ses activités pendant plusieurs années.

J'inclurais certainement des réflexions à cet égard dans les prochains mémoires que nous présenterons, mais nous demandons surtout — je comparaîtrai également devant le comité de l'industrie la semaine prochaine — de veiller à ce que les protections technologiques fassent partie de tout examen de la Loi sur la modernisation du droit d'auteur.

[*Français*]

M. Randy Boissonnault: Merci.

Madame Francoeur, avez-vous d'autres suggestions concernant la façon dont nous pourrions agir pour que plus d'argent parvienne aux artistes?

Mme Annie Francoeur: Nous avons fait d'autres propositions au CRTC, par exemple celle visant à réglementer davantage d'autres services ou d'autres types d'industrie qui ne le sont pas à l'heure actuelle.

Nous sommes préoccupés par le fait que les câblodistributeurs ayant des plateformes ou des boîtes numériques fondées sur une technologie beaucoup plus poussée ou avancée qu'il y a quelque temps puissent maintenant offrir des applications comme Netflix ou d'autres services qui ne sont pas réglementés.

Nous avons fait une autre proposition au CRTC à ce sujet. Dès qu'il y a une boîte numérique ou une unité de demande de base, tout le contenu disponible devrait être assujetti à la même réglementation. Si on veut laisser tomber Stingray Musique, par exemple, parce que la musique qu'on veut écouter est offerte par Spotify ou Apple Music, on devrait faire en sorte que ces dernières soient assujetties aux mêmes obligations visant le contenu canadien et le contenu francophone.

● (1230)

M. Randy Boissonnault: Merci à vous deux.

La présidente: Merci beaucoup.

Monsieur Blaney, vous avez la parole.

L'hon. Steven Blaney: Merci beaucoup, madame la présidente.

Je souhaite la bienvenue aux témoins.

J'en profite pour les féliciter. Ils représentent des entreprises canadiennes qui sont très performantes — il y en a beaucoup au Québec — et qui évoluent dans un secteur en pleine effervescence.

[*Traduction*]

J'aimerais vous poser ma première question, monsieur Hilchie.

Vous avez mentionné Xbox All Access et PlayStation. Dans votre exposé, vous avez dit que vous étiez dans une industrie mature, mais que maintenant, il semble que vous... Si les jeunes s'abonnaient plutôt que d'acheter un jeu, cela pourrait-il avoir des répercussions sur la façon dont vous distribuez vos jeux vidéo?

Que pensez-vous de cette situation? S'agit-il d'une menace ou d'une occasion pour votre industrie?

M. Jayson Hilchie: Tout d'abord, je crois que nous pensons tous qu'il s'agit d'une occasion. En effet, la capacité d'offrir aux consommateurs ce qu'ils souhaitent obtenir de la façon dont ils souhaitent l'obtenir est l'une des raisons pour lesquelles notre industrie connaît un si grand succès.

En ce qui concerne les modèles de services, comme je l'ai dit dans mon exposé, les jeux de notre industrie s'achetaient autrefois sur un disque dans une boîte. Il fallait se rendre au magasin pour se les procurer. Toutefois, actuellement, à peine les deux tiers de nos revenus proviennent de ce modèle. C'est un modèle toujours très utilisé et c'est toujours notre source principale de revenu, mais nous nous engageons déjà dans une voie dans laquelle nos jeux sont distribués de façon numérique directement de l'éditeur ou du fabricant de la console dans une boîte. Bien honnêtement, un service d'abonnement représente seulement une autre façon d'offrir des jeux en format numérique.

L'hon. Steven Blaney: J'aimerais savoir si, lorsque vous utilisez du contenu artistique dans ces jeux vidéo, vous payez des droits d'auteur aux artistes concernés.

M. Jayson Hilchie: Si nous utilisons le contenu d'une autre personne dans un jeu et que ce contenu n'est pas déjà la propriété de l'entreprise, les éditeurs et les concepteurs doivent obtenir une licence pour ce contenu, mais si le contenu est créé par des artistes employés par l'entreprise, ce contenu a ses propres droits d'auteur.

L'hon. Steven Blaney: Merci.

[*Français*]

Madame Francoeur, vous dites avoir fait une recommandation ici et au CRTC concernant ce que vous appelez la musique de fond. Pouvez-vous nous dire comment se présente votre proposition?

Mme Annie Francoeur: Lors d'instances qui se déroulaient devant le CRTC, il y a eu notamment l'Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2017-359-2 dans le cadre duquel on nous demandait de formuler des commentaires sur l'avenir des modèles de distribution de la programmation. Nous avons soumis notre proposition en février dernier, qui incluait notamment les deux éléments que j'ai mentionnés un peu plus tôt. Nous ne savons pas à quoi vont mener ces instances.

L'hon. Steven Blaney: D'accord.

Madame la présidente, je vais partager mon temps de parole avec M. Shields.

[*Traduction*]

M. Martin Shields: Merci.

Nous sommes heureux de vous accueillir et d'écouter vos informations.

En ce qui concerne les logiciels de divertissement, je suis assez vieux pour me souvenir du Commodore. Je me souviens d'avoir joué à *Pong* lorsque ce jeu a été lancé, et je le trouvais palpitant.

La présidente: Les cassettes à huit pistes et *Pong*.

Des voix: Ah, ah!

M. Martin Shields: C'était avant les cassettes à huit pistes. Croyez-moi.

Que prévoyez-vous pour l'avenir? La façon de jouer à ces jeux change de façon spectaculaire, car maintenant, des spectateurs regardent les joueurs. Cela modifie énormément l'orientation de l'industrie. Selon vous, comment ces changements affecteront-ils votre industrie, car actuellement, des stades se remplissent de gens qui regardent les joueurs?

M. Jayson Hilchie: On pourrait faire valoir qu'il s'agit maintenant d'une industrie à part entière. Je crois que le PDG du Comité olympique canadien vient de quitter son emploi, il y a deux semaines, pour devenir dirigeant d'une équipe de sport électronique à Toronto. C'est révélateur.

Je crois que je commencerai par dire que selon moi, les sports électroniques représentent une industrie parallèle à notre industrie de la création et de la mise au point des jeux. Ces deux industries ne sont pas nécessairement interreliées. Il faut tout de même fabriquer les jeux pour que les gens puissent y jouer et que d'autres puissent les regarder jouer.

Mon organisation et moi-même participons moins aux activités liées aux sports électroniques, mais c'est certainement une énorme occasion pour notre industrie de s'intégrer davantage à la culture et à ce que font les gens, surtout que nous pensons certainement que les jeux vidéo représentent un divertissement très populaire; des hommes, des femmes et des gens de tous les segments démographiques y jouent. Les sports électroniques représentent simplement une extension ou en quelque sorte une évolution dans cette industrie.

En ce qui concerne la voie suivie par notre industrie sur le plan de la création, c'est vraiment une bonne question. Je vous mentirais si je vous disais que je connais la réponse, car personne ne la connaît. Nous nous dirigeons vers des développements palpitants qui font intervenir la réalité virtuelle et la réalité augmentée et toutes les façons dont ces deux technologies délaissent les écrans 2D pour offrir des jeux dans un contexte plus immersif. Je ne sais pas si vous avez eu l'occasion d'essayer un casque de réalité virtuelle...

● (1235)

M. Martin Shields: Oui.

M. Jayson Hilchie: ... mais je pourrais certainement arranger une telle expérience pour vous, si cela vous intéresse.

Il s'agit réellement d'un type de technologie de pointe qui révolutionne non seulement notre industrie, mais également une série d'autres industries. Nous avons organisé une conférence ici, à Ottawa, en octobre dernier au cours de laquelle nous avons présenté la façon dont la réalité virtuelle pouvait servir à former des chirurgiens. Cette technologie permet à des personnes qui doivent se rendre à l'hôpital de faire l'expérience de procédures chirurgicales et de réduire leur anxiété avant même de quitter la maison. Cette technologie permet également d'apprendre comment entretenir un aéronef en le faisant de façon virtuelle avant même d'entrer dans un environnement physique, etc. Notre industrie est à l'avant-plan des progrès en matière d'intelligence artificielle et de véhicules autonomes. Même si ce sont manifestement nos technologies qui permettent au volet du divertissement de notre industrie d'exister, ce qui est vraiment intéressant et inspirant, ce sont les occasions et les choses que fait notre industrie pour contribuer à des utilisations qui ne sont pas liées au divertissement.

M. Martin Shields: Merci.

[*Français*]

La présidente: Nous passons maintenant à M. Nantel.

M. Pierre Nantel: Merci beaucoup, madame la présidente.

Madame Francoeur, monsieur Hilchie, je vous remercie d'être parmi nous.

Monsieur Hilchie, j'espère avoir le temps de vous parler. Je vais d'ailleurs essayer de parler moins longtemps.

Cette industrie est vraiment foisonnante. Nous recevons constamment d'excellentes nouvelles à son sujet. Selon moi, le fait qu'il y ait une masse créative de travailleurs dans ce domaine est prometteur pour la culture en général. Le soir, après avoir travaillé chez vous pour gagner leur vie, ils ne deviennent pas des gens ennuyeux; ils continuent à créer. C'est vraiment fantastique.

Madame Francoeur, pourriez-vous nous parler de la place qu'occupe Stingray dans le monde de la diffusion musicale? Je crois que votre succès, qui est énorme, est probablement lié à la grande qualité de vos programmeurs. Je pense entre autres à Henry van den Hoogen, que j'ai connu à Mix 96, ou à Jean-Richard Lefebvre, qui a fondé Galaxie, réseau que vous avez acheté.

Le service qu'offre Stingray est en quelque sorte un nouveau terrain de jeu. C'est un service que vous offrez aux entreprises. On ne peut pas s'abonner à Stingray. Vous fournissez ce service pour que, dans une boutique Gap, par exemple, il y ait de la musique qui lui corresponde. C'est vous qui la programmez?

Mme Annie Francoeur: Vous parlez du volet qui s'adresse aux établissements commerciaux. Un établissement commercial peut en effet faire jouer la radio, faire jouer sa propre musique, faire affaire avec un fournisseur de musique, qui fait une programmation pour lui, ou choisir une chaîne existante. Stingray est l'un de ces services.

M. Pierre Nantel: D'accord.

Mme Annie Francoeur: Un contrat est alors établi avec le client et des frais mensuels sont associés à cela. Nous nous chargeons de payer, à la place du client, les redevances aux sociétés de gestion collective.

M. Pierre Nantel: Par exemple, dans certains restaurants ou boutiques, il y une vignette de la SOCAN. Dans ce cas, on espère que l'exploitant fait rapport de ce qui a été joué dans son établissement. C'est donc dire que vous vous occupez de tout cela. Les commerçants n'ont pas à s'en soucier.

Mme Annie Francoeur: Exactement. Il y a un aspect administratif dont nous nous chargeons à leur place.

M. Pierre Nantel: En ce qui concerne les droits, je me rappelle qu'à l'époque, quand Sirius et XM ont commencé leurs activités de radio satellite, tout le monde les considérait comme des joueurs parallèles. On ne leur accordait pas beaucoup d'importance. Je faisais du pistage et de la promotion radio et c'était le cas. Aujourd'hui, ils sont responsables au bout du compte de l'un des plus gros chèques que reçoivent nos auteurs-compositeurs pour leurs droits d'auteurs. Ces gens, un peu comme vous, se donnent la peine de participer aux rencontres de l'industrie, notamment à l'ADISQ.

Avez-vous l'impression que votre contribution est importante en matière de droits d'auteur, compte tenu que vous couvrez aussi des marchés à l'étranger? En ce qui concerne Sirius et XM, les gens qui écoutent la radio francophone en Illinois sont peut-être peu nombreux, mais il reste que les États-Unis constituent un énorme auditoire.

Connaissez-vous le même genre de phénomène en ce qui a trait à la perception des droits pour les artistes canadiens à l'étranger?

● (1240)

Mme Annie Francoeur: Cela dépend des marchés. Au sujet de notre pénétration des marchés, j'ai parlé plus tôt de 40 millions de foyers dans 156 pays, mais cela dépend du service. Nous avons procédé de manière cumulative. Dans certains pays où le service Stingray Musique n'est pas disponible, un autre service l'est, par exemple Concert TV ou une chaîne linéaire de musique classique. Il faut bien comprendre, lorsqu'on parle du service Stingray Musique, qu'il n'est pas disponible dans les 156 pays. La pénétration du marché est très variable. Le Canada demeure le plus gros marché de Stingray Musique en ce qui concerne la pénétration et la production de redevances pour les ayants droit.

Par contre, selon la réglementation, nous avons l'obligation d'offrir beaucoup de contenu canadien. Ces chaînes sont aussi accessibles quand le service l'est aux États-Unis, en Europe, et ainsi de suite. Nous ne retirons pas les artistes canadiens de notre programmation. Des redevances sont donc générées pour des artistes canadiens qui, autrement, n'auraient rien reçu.

M. Pierre Nantel: Je vais revenir à la question que vous a posée mon collègue M. Boissonnault. Le sujet que nous étudions présentement est compliqué. Je le dis sans arrêt. J'aimerais vraiment bien comprendre ce qu'il en est. Vous soumettez une proposition relativement à votre propre service. C'est bien cela?

Mme Annie Francoeur: Oui. Nous ne sommes pas les seuls, évidemment, mais nous serions les premiers visés puisque nous sommes le principal fournisseur de service de musique de fond au Canada. Il y a de plus petits joueurs et de plus gros qui tentent une percée sur le marché. S'ils étaient assujettis à la même obligation, plus de redevances seraient payables aux auteurs et aux artistes canadiens.

[*Traduction*]

M. Pierre Nantel: Veuillez m'en dire plus.

[*Français*]

C'est donc dire que des joueurs internationaux veulent investir dans ce domaine. Y en a-t-il déjà?

Mme Annie Francoeur: Il y a entre autres Spotify, qui offre un genre de service parallèle nommé Spotify Business. Il s'agit d'un service semblable au nôtre et auquel les établissements commerciaux peuvent accéder par une plateforme Web. Spotify Business n'est assujetti à aucun minimum de contenu canadien.

M. Pierre Nantel: C'est très intéressant. Vous avez bien raison de soulever ce point.

Nous vous serions reconnaissants de transmettre au Comité le plus d'information possible à ce sujet, par exemple à quel endroit cela peut s'appliquer dans la Loi et pour quels types de services. Je suis assez au fait des affaires de M. Boyko, mais je suis malgré tout un peu mêlé.

[*Traduction*]

J'aimerais maintenant m'adresser à vous, monsieur Hilchie. C'est un exemple très intéressant, je dois le dire. Je me souviens qu'une personne de l'autre côté a réagi au fait que votre membre a gagné une poursuite judiciaire contre une personne qui... C'est une excellente nouvelle. Quelle partie du droit d'auteur a été utilisée dans cette affaire particulière?

M. Jayson Hilchie: C'était la partie sur les MTP, car il est illégal, au Canada, de vendre des dispositifs de contournement. Il est illégal de les avoir en sa possession et de les vendre.

M. Pierre Nantel: À titre d'information, que sont les MTP?

M. Jayson Hilchie: Désolé. Il s'agit des mesures techniques de protection. Cette personne vendait des puces qui permettaient de modifier une console de jeux vidéo afin de lui permettre de jouer de la marchandise piratée qui contournait le chiffrement.

M. Pierre Nantel: C'est manifestement une infraction.

M. Jayson Hilchie: Mais avant 2012, on ne pouvait pas obtenir une décision du tribunal selon laquelle c'était illégal. En fait, au Québec, on avait rendu une décision selon laquelle ce n'était pas illégal, avant l'adoption de la Loi sur le droit d'auteur.

Maintenant, nous avons la capacité de poursuivre en justice les contrevenants qui créent de gros problèmes. Je crois que selon le *Globe and Mail*, la décision du tribunal confirme la solidité de la Loi sur le droit d'auteur en ce qui concerne les mesures techniques de protection. C'est la raison pour laquelle nous trouvons qu'il est très important de veiller à ce que ces mesures soient conservées.

M. Pierre Nantel: Je crois que mon temps est presque écoulé, n'est-ce pas?

[*Français*]

La présidente: Oui.

[*Traduction*]

M. Pierre Nantel: Eh bien, merci beaucoup.

[*Français*]

La présidente: D'accord.

[*Traduction*]

Nous entendrons maintenant M. Hogg. Il a sept minutes.

M. Gordie Hogg: Madame Francoeur, vous avez fait référence à certaines recommandations visant le respect des règlements et concernant la musique de fond commerciale. Quelles seraient les répercussions sur l'ensemble de l'industrie?

Mme Annie Francoeur: Je ne peux pas vous fournir ces renseignements pour l'instant. En effet, je n'ai pas ces renseignements, car je ne connais pas le montant des revenus générés par d'autres fournisseurs de services de musique de fond. Il m'est donc difficile de déterminer le montant des redevances qui serait versé aux artistes canadiens. Nous croyons que c'est une somme importante, mais nous n'avons aucun chiffre.

● (1245)

M. Gordie Hogg: Nous avons certainement entendu des témoignages de plusieurs compositeurs qui affirment qu'ils touchent une très petite partie des avantages en aval qui leur reviendraient habituellement, et comme nous voyons de plus en plus d'oeuvres en ligne, cette portion se réduit de plus en plus.

Mme Annie Francoeur: Selon ce que je comprends, la plupart de ces artistes se plaignent des redevances ou du manque de redevances générées par les services de diffusion continue et les plateformes en ligne. Je parle du mécanisme de diffusion traditionnel avec lequel nous diffusons de la musique dans les magasins. Je crois que les artistes reçoivent des redevances par l'entremise de la SOCAN et de Ré:Sonne pour l'utilisation de leur musique comme musique de fond dans les établissements commerciaux, mais je crois que ces artistes pourraient recevoir davantage si nous veillions à ce que les services de musique soient assujettis à la même exigence minimale de contenu canadien.

M. Gordie Hogg: Affirmez-vous donc que les artistes pourraient également recevoir plus d'argent par l'entremise de la plateforme Stingray, même dans le cadre dont vous parlez?

Mme Annie Francoeur: Certainement.

M. Gordie Hogg: Cela diminuerait-il les revenus de Stingray?

Mme Annie Francoeur: Oui.

M. Gordie Hogg: Quels types de répercussions, selon vous, seront générés si nous mettons en oeuvre un processus équitable qui existait avant l'arrivée de la diffusion continue en ligne?

Mme Annie Francoeur: Je n'ai pas fait les calculs nécessaires. Nous pouvons cependant tenter de le déterminer, si cela vous intéresse.

M. Gordie Hogg: Manifestement, avec la numérisation et Internet... Nous avons observé un énorme changement dans les systèmes de diffusion et ce processus a entraîné plusieurs changements dans les revenus générés par divers participants. Il semble que les compositeurs forment l'un des groupes qui ont subi des répercussions négatives.

Mme Annie Francoeur: Permettez-moi d'apporter une correction. Cela ne changerait pas le montant des redevances que nous payons, car nous payons toujours les tarifs en vigueur à la SOCAN et à Ré:Sonne. Ce qui changerait, c'est la redistribution des montants que nous payons. En effet, un plus grand nombre d'artistes canadiens recevraient une partie de ce que nous payons, plutôt que des artistes internationaux.

M. Gordie Hogg: Je crois que je comprends, mais...

Mme Annie Francoeur: Cela découle de la structure des tarifs: on paie soit un minimum par emplacement commercial, soit un pourcentage des revenus. Les redevances sont les mêmes. Dans ce cas, lorsque la SOCAN et Ré:Sonne distribuent cet argent aux artistes, l'artiste local reçoit une plus grande part parce que nous avons diffusé plus de musique canadienne que celle de vedettes internationales, qui reçoivent l'argent par l'intermédiaire de la SOCAN et de son équivalent aux États-Unis ou au Royaume-Uni.

M. Gordie Hogg: Monsieur Hilchie, vous avez parlé de la rémunération pour la musique utilisée comme musique de fond dans les jeux vidéo. Pouvez-vous nous donner une idée de ce que cela représente aujourd'hui comparativement à la situation antérieure, avant l'essor de la diffusion continue?

M. Jayson Hilchie: Je veux bien comprendre la question; en quoi est-ce...

M. Gordie Hogg: On nous parle continuellement des changements radicaux que nous connaissons tous et qui se sont produits au cours de la dernière décennie ou plus, probablement, sans oublier ceux, plus importants encore, des dernières années. La donne a certainement changé par rapport aux ententes de partage traditionnelles entre les compositeurs et les concepteurs de jeux.

Je me demande si vous avez constaté des changements importants pour les pièces que vous utilisez comme musique de fond dans les jeux vidéo dont vous avez parlé.

M. Jayson Hilchie: Je dois dire en toute franchise que ce n'est pas ma spécialité; j'en suis fort heureux, étant donné les formules d'usage que j'ai entendues aujourd'hui, comme le pourcentage des recettes, etc.

Comme je l'ai dit plus tôt à M. Blaney, les entreprises de jeux vidéo concluent des accords relatifs aux licences et aux droits d'auteur avec les titulaires de droits, les sociétés de gestion ou d'autres entités, dans ce cas précis. Ensuite, l'argent sera remis à l'artiste selon les divers mécanismes établis. J'ignore toutefois les taux applicables.

M. Gordie Hogg: Dans d'autres témoignages, nous avons entendu que les redevances sont en baisse, voire nulles, dans certains cas. J'essaie simplement d'avoir une idée de la situation et de connaître l'incidence sur les deux entreprises que vous représentez.

M. Jayson Hilchie: En effet, dans notre industrie, beaucoup de concepteurs de jeux font appel à des compositeurs pour créer leur propre musique au lieu d'utiliser une chanson qui tourne à la radio. Essentiellement, la musique qu'on retrouve dans un jeu a été composée pour ce jeu, pour en améliorer l'expérience, à la manière des trames sonores cinématographiques. Comme je l'ai indiqué, toutes les entreprises participant à la conception du jeu procéderaient ainsi.

Je n'ai pas de données concernant cette baisse, mais comme je l'ai indiqué, les ventes de l'industrie s'élèvent maintenant à 140 milliards de dollars. Nous créons des produits sur toutes sortes de plateformes et le nombre de jeux vidéo sur le marché atteint un sommet inégalé. Comme je l'ai mentionné, le manque de visibilité est l'un des défis auxquels nous sommes confrontés. Je ne peux qu'émettre des hypothèses; je dirais donc que la demande de musique au sein de l'industrie est sans précédent, simplement parce que nous créons plus de produits que jamais.

● (1250)

M. Gordie Hogg: Dans leur forme actuelle, les lois canadiennes sur le droit d'auteur offrent-elles une protection suffisante aux producteurs de jeux vidéo?

M. Jayson Hilchie: Pas pour tous les aspects, mais les dispositions de protection relatives à la technologie nous donnent des recours contre ceux qui contournent nos technologies de cryptage.

Un autre enjeu, que j'examinerai de façon plus approfondie la semaine prochaine au comité de l'industrie, est le régime d'avis et avis. Nous aimerions que ce régime soit amélioré. Il existe en effet une grande confusion quant au contenu de l'avis qui est transmis au fournisseur de services Internet par le titulaire de droits, puis retransmis à la personne en cause.

Outre cet aspect, nous étions très satisfaits, en 2012, des dispositions incluses dans la Loi sur la modernisation du droit d'auteur. Ce n'était pas exhaustif, mais c'était un bon compromis.

Pour cet examen, notre objectif est de conserver nos acquis, et nous ne demandons pas de modifications précises.

M. Gordie Hogg: Votre réponse à la question est donc que vous bénéficiez d'une protection adéquate et que le régime découlant de l'actuelle Loi sur le droit d'auteur vous convient.

M. Jayson Hilchie: Vous pouvez toujours l'améliorer, mais nous sommes beaucoup mieux protégés qu'avant 2012. Je pense, étant donné que nous ne demandons aucune nouvelle mesure...

M. Gordie Hogg: Comment cette protection se compare-t-elle à ce qui se fait ailleurs, dans d'autres pays et d'autres régions du monde?

M. Jayson Hilchie: Par rapport au régime d'avis plus particulièrement, la capacité de retirer le contenu non autorisé serait un atout, mais nous ne militons pas très activement pour une telle mesure cette fois-ci. Nous considérons que l'essentiel est d'essayer d'assurer le fonctionnement adéquat et efficace du régime d'avis et avis.

La présidente: C'était très intéressant, mais le temps est écoulé; je suis désolée.

Nous passons maintenant à M. Yurdiga, pour cinq minutes.

M. David Yurdiga: Merci, madame la présidente.

Merci à tous d'être venus aujourd'hui.

J'aimerais m'attarder aux jeux vidéo.

Lorsque mes enfants grandissaient, nous avons acheté la console et le programme, point. Puis ils jouaient tant qu'ils le voulaient. La nouvelle plateforme est un problème pour les grands-parents comme moi. On vous appelle: c'est votre petit-fils ou petite-fille qui veut une carte-cadeau.

Ce que vous avez fait est remarquable, car il s'agit maintenant d'une source de revenus continus. Vous ne vous contentez plus de vendre le jeu; vous vendez aussi les costumes, les armures, peu importe. C'est brillant! Au nom de tous les grands-parents, arrêtez.

Des voix: Ah, ah!

M. David Yurdiga: Sérieusement, il semble que votre industrie se porte très bien. Elle est en constante évolution et le piratage est de plus en plus difficile. Vous ne voulez pas perdre votre place en raison de tout ce que vous avez acquis. De mon point de vue, je dirais que vous n'avez aucun problème important.

Le piratage est-il un enjeu? Non, selon moi, mais tout évolue si rapidement.

M. Jayson Hilchie: Le piratage numérique est la forme la plus fréquente. Il s'agit surtout de jeux pour appareils mobiles, de jeux clonés, etc. Pour lutter contre le piratage, comme je l'ai indiqué dans mon exposé, nous utilisons principalement des mesures de protection technologiques intégrées aux jeux et aux consoles. À cela s'ajoute le passage à l'expérience en ligne, qui exige la création d'un compte et l'ouverture d'une session par l'intermédiaire d'un serveur. Il est donc impossible d'avoir accès aux fonctionnalités nécessaires pour le jeu en ligne avec un jeu piraté. Cela ne fonctionnerait tout simplement pas.

Toutefois, beaucoup de jeux encore offerts en mode monojoueur seulement et non en réseau représentent toujours une occasion pour les pirates. Les programmes de chiffrement logiciel que nous achetons d'autres industries pour la conception de nos jeux s'améliorent constamment. Il faut donc de plus en plus de temps aux pirates pour déchiffrer le code.

La mise en marché des jeux à succès s'accompagnait auparavant d'un important battage médiatique. Il était alors possible, dès le premier jour, de trouver le code sur les sites de partage de fichiers de poste à poste, de le télécharger et de jouer. Il faut maintenant plus de 30, 60 ou 90 jours, dans certains cas, avant que le code ne soit déchiffré. Rendu là, la grande majorité des ventes sont déjà faites. Je ne dis pas que ce n'est pas un problème; c'en est un, mais il n'est pas aussi important qu'auparavant, quand les ventes se faisaient en magasin.

M. David Yurdiga: La capacité de communication vocale et vidéo pendant le jeu est un avantage. Parfois, je regarde mon petit-fils jouer, puis un de ses amis apparaît soudainement et ils commencent à discuter.

● (1255)

M. Jayson Hilchie: Il y a des fonctionnalités de réseautage.

M. David Yurdiga: Je pense que ces fonctions ont considérablement atténué les problèmes de piratage, car tout le monde est connecté d'une façon ou d'une autre. Je ne pense pas qu'un jeu piraté fonctionnerait.

M. Jayson Hilchie: En effet, cela ne fonctionnerait pas en mode en ligne.

M. David Yurdiga: À mesure que la technologie évolue...

Cela dit, l'industrie de la musique n'a pas vraiment changé. On écoute la musique à l'aide d'un appareil quelconque; il n'y a pas d'interaction. Tout le plaisir est dans la musique.

Y a-t-il des technologies pour protéger... On peut télécharger ce qu'on veut dans les coins sombres d'Internet, comme on dit. On peut trouver des fichiers musicaux piratés n'importe où, et rien ne les distingue des fichiers d'un service payant, comme je l'ai indiqué plus tôt.

Comment peut-on exercer une surveillance dans l'industrie musicale? Vous faites de votre mieux, évidemment. L'évolution de la technologie permet-elle une protection du secteur de la musique, ou la situation demeure-t-elle inchangée?

Mme Annie Francoeur: Cela n'a jamais été un problème pour Stingray. Nous avons lu les articles, bien sûr. Nous savons que certains dénonçaient le piratage, mais cela n'a jamais vraiment posé problème pour nous. Il convient de garder à l'esprit que jusqu'à tout récemment, les activités de Stingray étaient surtout axées sur le commerce entre entreprises et rarement sur le commerce au détail. La plupart de nos services sont offerts par l'intermédiaire des câblodistributeurs ou de services comme Amazon, etc. C'est un peu plus complexe, car nous n'avons pas de lien direct avec l'utilisateur.

M. David Yurdiga: Merci.

La présidente: Notre temps est écoulé.

Je tiens à remercier nos deux témoins d'être venus témoigner aujourd'hui. Nous en sommes très reconnaissants. C'est là-dessus que se termine la réunion.

La séance est levée.

Publié en conformité de l'autorité
du Président de la Chambre des communes

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Les délibérations de la Chambre des communes et de ses comités sont mises à la disposition du public pour mieux le renseigner. La Chambre conserve néanmoins son privilège parlementaire de contrôler la publication et la diffusion des délibérations et elle possède tous les droits d'auteur sur celles-ci.

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur.* Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur.*

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

Aussi disponible sur le site Web de la Chambre des communes
à l'adresse suivante : http://www.noscommunes.ca

Published under the authority of the Speaker of
the House of Commons

SPEAKER'S PERMISSION

The proceedings of the House of Commons and its Committees are hereby made available to provide greater public access. The parliamentary privilege of the House of Commons to control the publication and broadcast of the proceedings of the House of Commons and its Committees is nonetheless reserved. All copyrights therein are also reserved.

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act.* Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act.*

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Also available on the House of Commons website at the
following address: http://www.ourcommons.ca